

المحاضرة السابعة: المزيج التسويقي الخدمي (التوزيع)

أولاً: مفهوم توزيع الخدمات: إن توزيع الخدمات يمثل جميع الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة الخدمية بشكل مباشر أو غير مباشر بهدف جعل طالب الخدمة يحصل على المنافع التي كان يرغب بها في المكان والزمان المناسبين.

ثانياً: أهداف توزيع الخدمات: من أهداف التوزيع في مجال الخدمات نذكر ما يلي:

- تدفق وانسياب الخدمات من المؤسسة إلى المستفيد أو الطالب للخدمة في المكان والوقت والسعر المناسب والجودة المطلوبة؛ وبذلك يتم توفير الخدمات لطلابها وتحقيق المنفعة المكانية والمنفعة الزمانية لهم؛
- تحقيق عملية التبادل لتحقيق المنفعة للمؤسسة والمستفيد من الخدمة؛
- تقليل التكاليف التسويقية؛
- تدفق المعلومات من المؤسسة للزبون والعكس، وإدامة الصلة بين المؤسسة وزبائها؛
- المحافظة على الحصة السوقية للمؤسسة؛
- الترويج للخدمات وإثارة الطلب وحث الأفراد على اتخاذ القرار الشرائي.

ثالثاً: طرق واستراتيجيات توزيع الخدمات:

1. التوزيع المباشر: يعني أن المؤسسة الخدمية هي التي تقدم خدماتها الجوهر والخدمات التكميلية بشكل مباشر دون الاعتماد على حلقات وسيطة. من خلال فروعها أو مكاتبها، أو مندوبي البيع التابعين لها، أو من خلال وسائل الاتصال كالهاتف، أو الانترنت أي من خلال التوزيع الإلكتروني. كما أن عملية الحصول على الخدمة قد تكون بالذهاب للمؤسسة، أو العكس بتقديم المؤسسة للزبون، أو بدون لقاء شخصي مباشر وذلك بالاستعانة بوسائل الاتصال الرقمي.

ويمكن أن يتم توزيع الخدمات من منفذ واحد أو من عدة منافذ، حيث تعتمد المؤسسات الخدمية على استراتيجية التوزيع المكثف التي تعتمد على عدد كبير من منافذ التوزيع، واستراتيجية التوزيع الانتقائي وتعتمد على عدد محدود من منافذ التوزيع، أو استراتيجية التوزيع الحصري ويعتمد على منفذ توزيعي واحد.

2. التوزيع غير المباشر: تعتمد المؤسسة في قنوات التوزيع غير المباشر على الوسطاء، حيث تقوم المؤسسات الخدمية بتفويض بعض خدماتها التكميلية وليس الخدمة الجوهر لمؤسسات أخرى وسيطة بين طالبي الخدمة والمؤسسة الخدمية من أجل رفع مستوى الجودة، وتخفيض التكاليف، وزيادة الانتاجية وبالتالي زيادة تنافسية خدماتها، على أن تتم عملية الاتصال المباشر لحظة تقديم الخدمة الجوهر. ومن أمثلة هذه المؤسسات:

- الخدمات الفندقية: حيث تتعامل مع وكلاء النقل، وكلاء السفر، متعهدي الرحلات، وتمنحهم صلاحيات تقديم معلومات للزبائن، الحجز، البيع، نقل الزبائن....

شركات الطيران: تمنح شركات الطيران وكلاء السفر، منظمي الرحلات، مكاتب السفر والسياحة حق العمل كوسطاء، وينحصر عملهم على تقديم معلومات، الحجز، البيع وتحصيل قيمة التذاكر نقل المسافرين إلى المطار وعلى الفنادق.

التوزيع المادي: يعتمد تقديم الخدمات على المستلزمات المادية التي تمثل الجانب الملموس في تقديم الخدمات وهذه المستلزمات تكون بحاجة إلى النقل والتخزين.