



المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف

السنة الثالثة تخصص التسويق

الموسم الجامعي: 2024/2025

محاضرات في مادة : التسويق العملياتي

operational marketing



من تقديم: د. معاذ ميمون

المحتويات :

● المحور الأول: مدخل مفاهيمي الى التسويق الحديث.

● المحور الثاني: مفهوم التسويق العلمياتي ومكانته في الادارة التسويقية.

● المحور الثالث: سياسة المنتج.

● المحور الرابع: سياسة التسعير.

● المحور الخامس: سياسة (الترويج) الاتصال.

● المحور السادس: سياسة التوزيع.

● المحور السابع: تنفيذ ومراقبة المزيج التسويقي.

المحاضرة الخامسة:

الترويج
أو
الاتصال

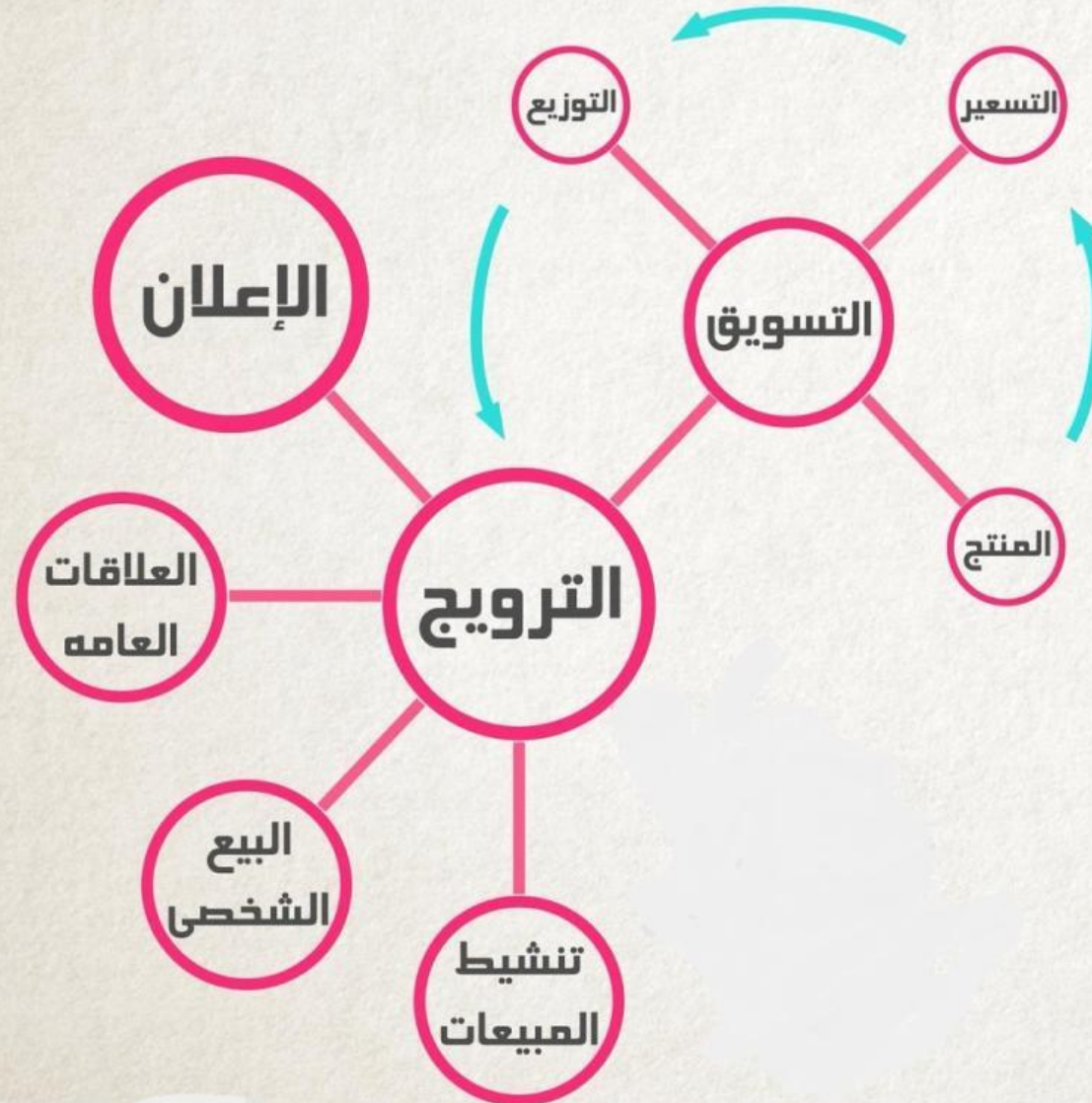
الترويج / Promotion

يُعرف الترويج على انه "نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال اقناعي، يتم من خلاله التعريف بسلعة او خدمة او فكرة او مكان او شخص او منظمة او نمط سلوكي معين، بهدف التأثير على اذهان افراد جمهور معين، لاستمالة استجابتهم السلوكية إزاء ما يروج له".

يعرفه فيليب كوتلر على أنه "النشاط الذي يتم ضمن اطار أي جهد تسويقي و ينطوي على عملية اتصال اقناعي".



عناصر المزيج التسويقي و عناصر المزيج الترويجي



عناصر المزيج
التسويقي

عناصر المزيج
الترويجي





المزيج الترويجي الموسّع



يتضمن المزيج الترويجي في أغلب النماذج التسويقية المعروفة 4 عناصر، وهي الاعلان تنشيط المبيعات والبيع الشخصي والعلاقات العامة. مع ذلك برزت الكلمة المنطوقة كاحدى أهم عناصر المزيج الترويجي التي تحقق تأثيرا فعالا وقويا على الزبائن. كما يمكن ابراز بعض النماذج الموسعة التي تطرقت الى عناصر المزيج الترويجي مثل ما يوضحه الشكل الموالي.



Advertising / الإعلان

ما هو
الإعلان



الإعلان

Advertising



1- الإعلان / Advertising

عرفته الجمعية الامريكية للتسويق AMA على انه "الوسيلة غير الشخصية لتقديم و ترويج الخدمات او الأفكار بواسطة جهة معلومة مقابل اجر مدفوع".



1- الإعلان / Advertising

يتميز الاعلان بكونه يتطلب
تكاليف مرتفعة.



مشكلة الإعلان في أنه من
الصعوبة قياس مدى
نجاحه من عدمه.



الهدف من الاعلان قد يكون:

- 1- اعلامي من خلال توفير المعلومات حول المنتج.
- 2- تذكيري بالمنتج والعلامة.
- 3- اقتناعي بعملية الشراء.



يتميز الاعلان بأنّ له قدرة
كبيرة على الوصول الى
عدد كبير من الزبائن.



2- تنشيط المبيعات / Sales Promotion

عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق بانها "أسلوب يتكون من أنشطة تسويقية غير البيع الشخصي والإعلان او النشر الدعائي، والتي تستميل السلوك الشرائي للمستهلك وترفع من الكفاية التوزيعية للسلع او الخدمات وتتضمن طرق العرض المختلفة كالمعارض وغيرها من الأنشطة البيعية التي تخرج عن الروتين العادي".



2- تنشيط المبيعات / Sales Promotion

مسابقات وألعاب



التخفيضات



جوائز وهدايا



المعارض



الكوبونات



خصومات البيع مثل **BOGOF** أي «اشترى واحدة وخذ الأخرى مجاناً»



الترفيه



2- تنشيط المبيعات / Sales Promotion

ترتكز على آلية تعظيم
حوافز الشراء لدى
العملاء



قدرتها على
تحويل العملاء من
العلامات الأخرى



تستخدم بشكل
لاستمالة الوسطاء
والموزعين



مفيدة جدا للعلامات
التجارية التي تعاني من
إدراك منخفض للعلامة
التجارية



3- العلاقات العامة / Public Relations

يعرفها معهد العلاقات العامة البريطاني على أنّها "الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف الى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها".



3- العلاقات العامة / Public Relations

تصريحات صحفية



ملتقيات



تبرعات خيرية



تقارير سنوية



القصص والأخبار



مجلات الشركة



أحداث ونشاطات



4- البيع الشخصي / Personal Selling

"البيع الشخصي هو أسلوب في عملية البيع يعتمد على التواصل المباشر بين مندوب المبيعات والعميل، سواء كان ذلك وجهًا لوجه أو من خلال وسائل التواصل المرئية أو المسموعة، ويهدف هذا النهج إلى إدخال عنصر الإنسانية في عملية بيع شخصي، حيث يستخدم مندوب المبيعات مهاراته في الإقناع لتحويل العميل المحتمل إلى عميل فعلي، ويعمل على بناء علاقة قوية معه لضمان ولاءه وتكرار تعامله مع المنتج أو الخدمة في المستقبل".



5- التسويق المباشر / Direct Marketing

هو عبارة عن "اتصالات مباشرة عبر رسائل غير شخصية مع افراد مختارين و مستهدفين بعناية خاصة، وذلك للحصول على استجابة فورية، و علاقات مثمرة و دائمة بالزبون".



شكرا

