

السنة الدراسية: 2019-2020

التخصص: التهيئة العمرانية/ السنة الثالثة: السداسي السادس

المقياس: الاقليم و العولمة

الدرس الرابع : طرق التسويق الحديث

1. مفهوم التسويق الرقمي

يعرف علي انه يعتبر من المفاهيم الجديدة في التسويق و التي يضاف اليها الجديد في كل يوم نظرا للتطور الهائل في التكنولوجيا و تنافس مؤسسات التكنولوجيا علي تقديم المزيد منها. وهو مجموعة منظمة من المعلومات الرقمية و يجمع هذا التعريف بين تنظيم المعلومات و جمعها تلك العمليات التي تقوم بها المكتبات و دور الارشيفات التقليدية و لكن مع عملية التمثيل الرقمي اصبح كل شئ يتم بسرعة و بجهد اقل.

و هناك سياستين لاستخدام هذا النوع من التسويق وهما

✓ سياسة السحب و فيها تجذب المؤسسات الزبائن عن طريق البحث الالكتروني يدخل اليها

الزوار علي الانترنت ليشاهدوا منتجات المؤسسة .

✓ سياسة الدفع و فيها تدفع رسالتك عن طريق الرسائل الالكترونية

2. مفهوم المزيج التسويقي الرقمي

هو مجموعة من المتغيرات بيانات التعامل التبادل المرتبطة ببعضها البعض والتي تستطيع المؤسسة التحكم فيها حيث تسعى من خلالها الي التأثير باكبر قدر ممكن علي استجابة السوق لها عناصر المزيج التسويقي الرقمي.

✓ الرقمي :

وهو عبارة عن شكل من الاشكال الاعلان الالكتروني حيث يتم تخزين البيانات الرقمية بشكل رقمي

الامر الذي يعطي القدرة التاثيرية التي يخلقها الموقع في الشبكة علي الزبائن لقبول الخصائص

المميزة للمنتج عبر نتائجه الرقمية.

✓ البيانات :

هي عبارة عن مجموعة من الكلمات المحجوزة التي تقوم بإدارة المعطيات في قاعدة البيانات سواء بإنشاء أو تعديل أو الحذف وتشمل البيانات الشاملة حول الزبائن الفرادي أو المحتملين عن المتغيرات الجغرافية و الديمغرافية والسيكولوجية و السلوكية.

✓ مباشر :

هو انه عبارة عن محاولات لإرسال رسائل مباشرة الي المستهلكين من دون استخدام و تدخل وسائل الاعلان.

✓ التبادل او التعامل:

ويقصد بها تعاملات البيع والشراء التي تتم بين المتعاملين عبر الوسائط الرقمية

3. التسويق المباشر

✓ تعريف التسويق المباشر:

يمثل اسلوبا اتصاليا مباشرا يستهدف الافراد حاملا اليهم رسائل شخصية تتناسب مع حاجياتهم ورغباتهم الفردية وذلك استجابة لرغباتهم و حاجياتهم و تطلعاتهم الا الضرورة تقتضي ان يتكامل التسويق المباشر مع عناصر الاتصال الاخرى و ان يكون متضمنا في استراتيجية التسويق.

✓ اسباب تطور التسويق المباشر :

- عوامل اقتصادية وتتمثل فيما يلي:
 - التقدم الصناعي وتطور مختلف القطاعات المرتبطة به .
 - التطور العمراني ومشاكل النقل اي السرعة .
 - غياب الباعة وزيادة التكاليف .
 - ارتفاع تكاليف التضخم للموازنات التجارية.
- عوامل تكنولوجية وتتمثل في :
 - تطور الاعلام الالي الذي يسمح بمعالجة الملفات و البيانات المعتمدة و تخزينها لاستخدامها .
 - تطور التقنيات ووسائل الاتصال عن بعد.
 - تطور تقنيات الطباعة.
 - ادخال وسائل الاتصال في العملية التجارية بحيث تستطيع المؤسسة ان تتصل بزبائنها بوسائل متعددة ومتطورة وبوتيرة متسارعة.

• عوامل اجتماعية وهي كما يلي:

- تغيير نمط الحياة للمستهلك و ارتفاع مستوى التعليم.
- زيادة الافراد الذين يعيشون فرادي.
- تطور مفهوم التحكم في الوقت.

✓ خصائص التسويق المباشر:

تكمّن خصائص التسويق المباشر فيما يلي :

- استخدام مجموعة من الوسائل.
- امكانية قيام العميل بالتفاعل مباشرة وتحديد طلباته .
- امكانية قياس ردة الفعل بشكل مباشر.
- تسهيل العمليات .
- الوصول للعميل في اي مكان .
- عدم وجود وساطة بين المؤسسة البائع و الزبون .
- يساهم في زيادة درجة ولاء العملاء لمنتجات الشركة .