

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الفصل الرابع: المزيج التسويقي الإلكتروني للخدمات



سنحاول من خلال هذا الفصل تحديد أثر الانترنت على المزيج التسويقي للخدمات، من خلال تقسيمه إلى خمس مباحث، الأول بعنوان تأثير الأنترنت على الخدمة، والثاني بعنوان تأثير الأنترنت على التسعير، أما الثالث فعلى التوزيع، والرابع تأثير الأنترنت على ترويج الخدمات، وأخيرا أثرها على المزيج التسويقي الموسع للخدمات.

المبحث الأول: تأثير الإنترنت على سياسة الخدمات

الخدمات الإلكترونية
Electronic services



- أولاً: تعريف الخدمة الإلكترونية
- ثانياً: خصائص الخدمات الإلكترونية
- ثالثاً: زهرة الخدمات الإلكترونية

أولاً: تعريف الخدمة الإلكترونية

تحتل الخدمات جانباً كبيراً من حجم الأعمال الإلكترونية على شبكة الأنترنت، ويمكن القول إن اقتصاد الأنترنت هو اقتصاد خدمات بصورة أساسية. إذ تعتبر الخدمات ملائمة للتقديم الكترونياً (عبر الأنترنت)، حيث أن العديد من المشاكل التي تواجه الخدمة بشكل تقليدي يمكن التغلب عليها على الخط.

فالخدمة الإلكترونية تعرف أنها "الخدمة المقدمة عبر وسائل إلكترونية مثل الأنترنت".

ثانيا: خصائص الخدمات الإلكترونية

1. الخدمة غير
ملموسة:

2. عدم إمكانية
تخزين الخدمة:

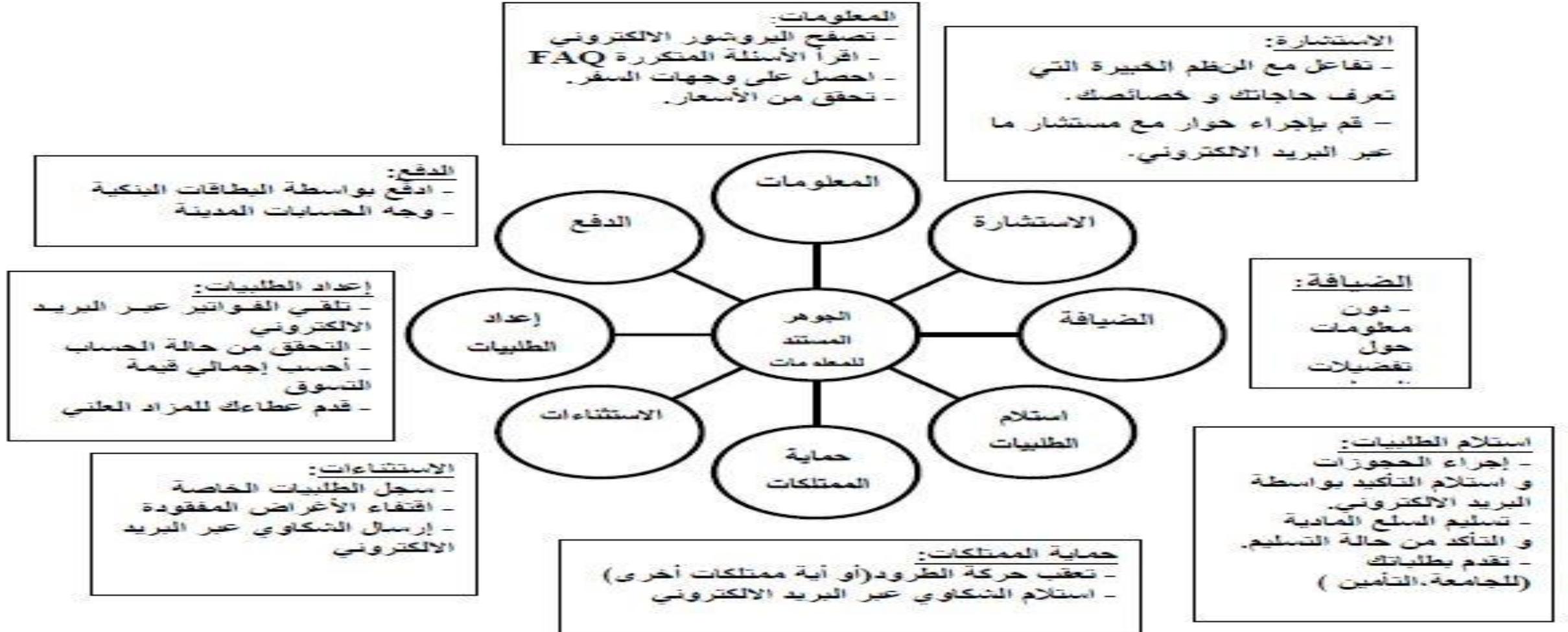
3. التلازمية وعدم
الانفصال:

4. عدم الاتساق (عدم
تماثل الخدمات):

ثالثا: زهرة الخدمات الالكترونية

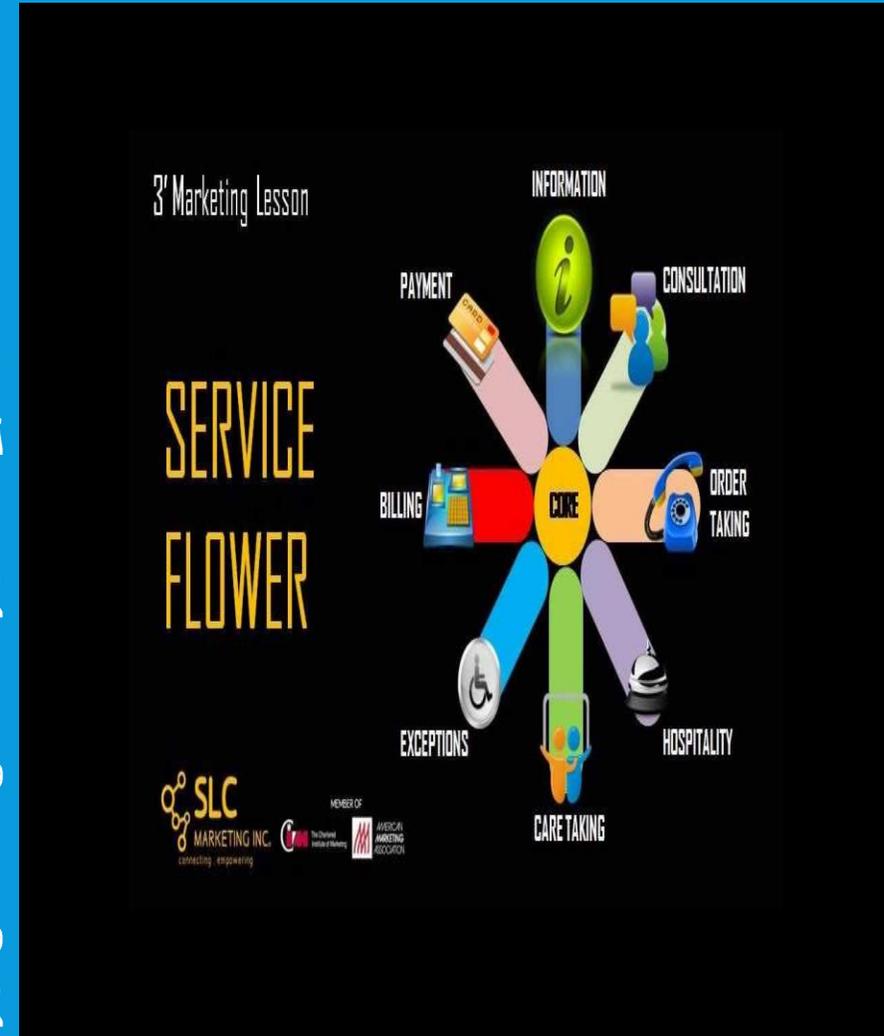
يرى لوفلوك (Lovelock) أن الخدمة تتألف من جوهر وخدمات تكميلية دائمة لهذا الجوهر وقد تم تجسيد أو تمثيل هذه الخدمات التكميلية على شكل زهرة مؤلفة من جوهر تحيط به ثمان أوراق، وفي عصر الأنترنت والاقتصاد الرقمي صار معظم أوراق الزهرة معتمدا على المعلومات، وعليه أصبح بالإمكان تقديمها الكترونيا من خلال وسائل متعددة مثل الهاتف والفاكس والأكشاك الالكترونية أو الأنترنت بدلا من تقديمها عبر الوسائل المادية. أما إذا كان الجوهر نفسه معتمدا على المعلومات فبالإمكان تقديمه أيضا من خلال القنوات الالكترونية. ويمكننا توضيحها في الشكل أدناه:

شكل رقم (1): نموذج زهرة الخدمات مع إدماج الأنترنت



ثالثا: زهرة الخدمات الالكترونية

لكي يحصل المستفيد على قيمة حقيقية أو فائدة مرجوة من الخدمة فإنه يحتاج إلى معلومات عن هذه الخدمة، واليوم المواقع الشبكية توفر ثروة من المعلومات التي يحتاجها العملاء حول المؤسسة والخدمة التي تقدمها، حيث تحتوي هذه المواقع على أقسام تحمل عبارة (FAQ) (الأسئلة الأكثر تكرارا)، بالإضافة إلى الربط بالبريد الإلكتروني، كما أن بعض المواقع الشبكية يوفر تسهيلا للمخاطبة (chatting). ومن الخيارات الأخرى المتاحة اليوم في هذا المجال استخدام المواقع الشبكية في تقديم الطلبات حيث يلقي هذا الخيار شعبية ورواجا كبيرين في صفوف العملاء على اختلاف أنواعهم. كما تساهم تكنولوجيا المعلومات في تسريع عملية حل المشاكل أيضا. أما على مستوى إعداد الفواتير والدفع تقوم عدة سلاسل فندقية على سبيل المثال بعرض فاتورة الحساب من على شاشة التلفزيون الداخلي (أو على الشبكة) الموجودة داخل غرف النزلاء وذلك لتمكينهم بشكل مسبق من الاطلاع عليها والتحقق منها والمصادقة عليها، كما تستعمل بطاقات الائتمان في دفع الفاتورة.



المبحث الثاني: تأثير الانترنت على تسعير الخدمات

أولاً: أهمية تسعير الخدمات إلكترونياً
ثانياً: محددات عملية التسعير الإلكتروني
ثالثاً: طرق تسعير الخدمات الإلكترونية



أولاً: أهمية تسعير الخدمات إلكترونياً

1. الدقة في
تحديد مستويات
الأسعار:

2. التكيف السريع
في الاستجابة
للتغيرات السوقية:

3. تجزئة السوق:

ثانيا: محددات عملية التسعير الإلكترونية

فقد أصبحت الإدارة التسويقية غير قادرة على صناعة قرارات التسعير بالاعتماد فقط على محددات السعر التقليدية، حيث برزت عوامل أخرى جديدة لابد من مراعاتها في اتخاذ قرار تسعير أي منتج (سواء كان سلعة أو خدمة)، يجري طرحه وبيعه في إطار منهج الأعمال الإلكترونية وفيما يأتي أهم هذه المحددات:

1. ظروف سوق
الانترنت المتغيرة بسرعة
كبيرة؛

2. القوة التفاوضية و
التساوية للمشتريين عبر
الانترنت.

3. العوامل القانونية التي
تحكم المنظمات التجارية
العاملة على الانترنت

4. مستوى الابتكار الذي
يتمتع به المنتج المحدد؛

5. هامش الربح الذي
يحدده البائع الإلكتروني؛

6. هامش الربح الذي
يحدده البائع الإلكتروني؛

ثالثا: طرق تسعير الخدمات الإلكترونية

1. التسعير على أساس
التكلفة:

2. التسعير على أساس
أسعار المنافسين:

3. التسعير على أساس
حجم الطلب:

4. التسعير الموجه
بالعميل:

5. التسعير الديناميكي:

6. المزادات العلنية
على الإنترنت:

أحد مواقع المزادات على الإنترنت WWW.EBAY.COM

Hi! Sign in or register | Daily Deals | Brand Outlet | Help & Contact | Sell | Watch List | My eBay |  

 Shop by category All Categories Advanced

Home | Saved | Motors | Fashion | Electronics | Collectibles & Art | Home & Garden | Sporting Goods | Toys | Business & Industrial | Music | Deals

Big deals are here early
Waiting is overrated. New deals all the time.
[Hustle and save →](#)

THE BLACK FRIDAY BUT BETTER SALE

Prepare for holiday departure | See all →

-  Travel pillows
-  Luggage
-  Headphones
-  Portable speakers
-  Digital cameras
-  Travel accessories
-  Cell phones

WWW.WEIRTON.COM أحد مواقع المزادات على الإنترنت

UK About Us Become a seller Support Login Register

TROOSTWIJK AGRICULTURE METAL WORKING CONSTRUCTION AND EARTH MOVING FOOD MACHINERY CATEGORIES **ALL AUCTIONS**

Search in 37,003 online lots

Worldwide auctions of industrial assets.
Everything has value.

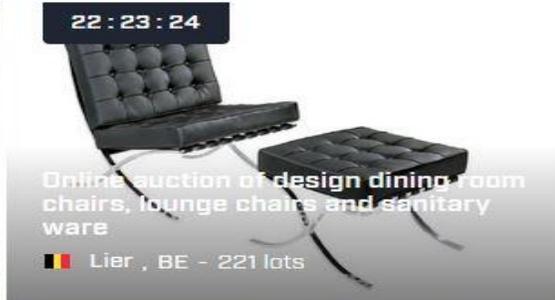
All Auctions **Sell with us**

22 : 23 : 24



Online auction of parquet, laminate and pvc flooring
Lier , BE - 75 lots

22 : 23 : 24



Online auction of design dining room chairs, lounge chairs and sanitary ware
Lier , BE - 221 lots

22 : 23 : 24



Online auction of clothing, furniture and accessories
Wilriik , BE - 208 lots

1 day 17 hours



Online auction food processing and inventory relocation Intertaste B.V.
Utrecht , NL - 283 lots

1 day 17 hours



Restaurant and catering equipment
Arnsberg , DE - 300 lots

www.auctions.msn.com أحد مواقع المزادات على الإنترنت



The 42 best lots at the Monterey 2019 auctions

Chris Chilton 13/08/2019



1/43 SLIDES © Gooding&Co

Full Screen

< 1 2 3 >

YOU MAY LIKE

Ad Outbrain



Discover the Most Expensive Homes in...
Mansion Global



Mansion Global Daily: Celebs in the Ne...
Mansion Global

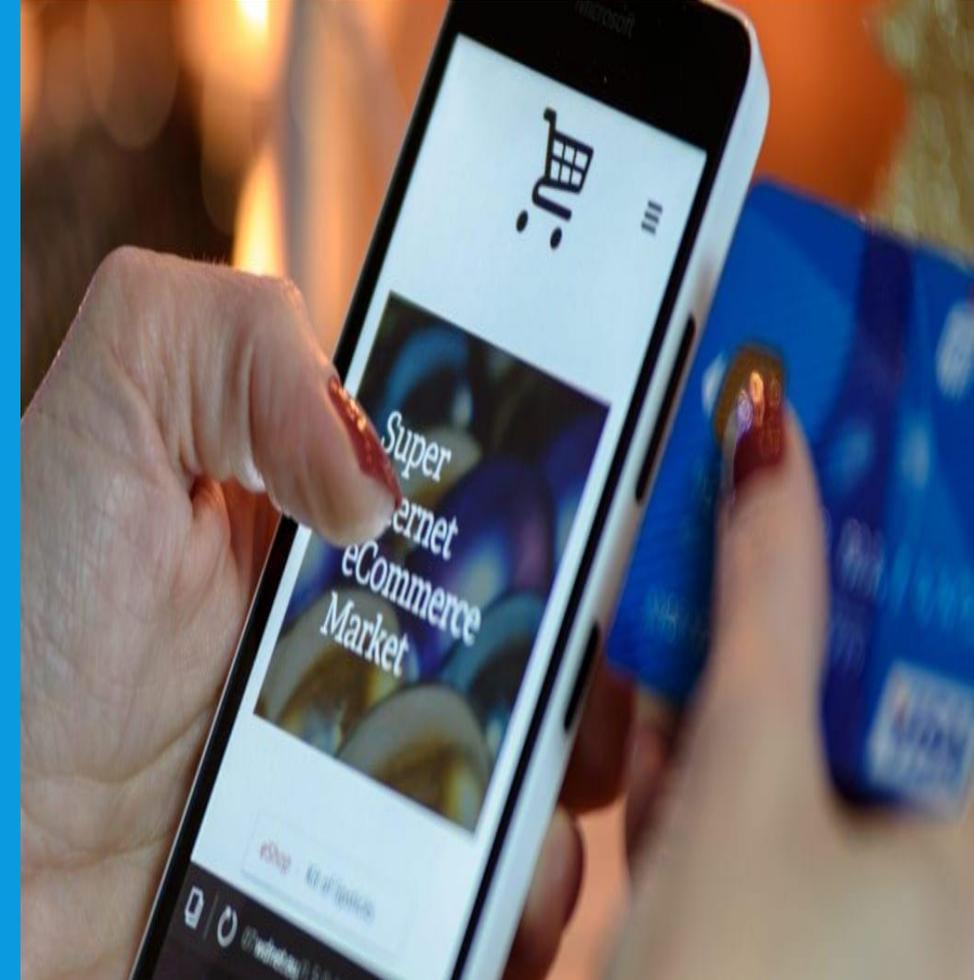


23 Of The Top Trending Holiday Gifts That...
Tech Discount Zone

Scores of rare classics are up for grabs in California

المبحث الثالث: تأثير الانترنت على توزيع الخدمات

- أولاً: أنواع قنوات التوزيع عبر الأنترنت
- ثانياً: أهمية توزيع الخدمات إلكترونياً
- ثالثاً: أساليب توزيع الخدمات الإلكترونية

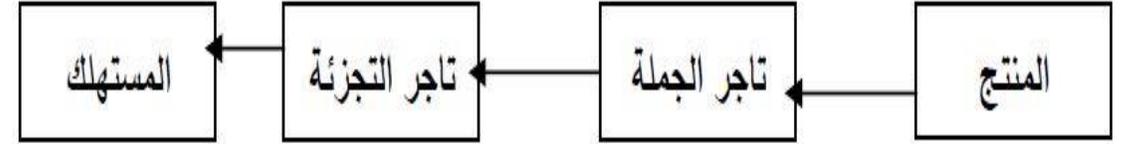


أولاً: أنواع قنوات التوزيع عبر الأنترنت

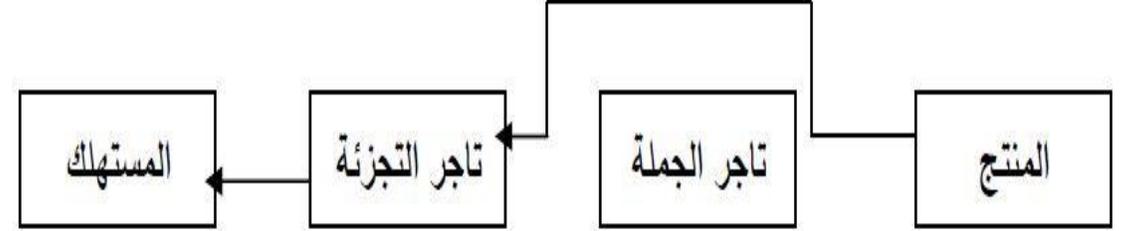
قدمت الأنترنت وسائل تساعد على الاستغناء عن بعض قنوات التوزيع، أو ما يطلق عليه عدم الوساطة ويقصد بها الاستغناء عن الوسطاء الذين كانوا يمثلون همزة الوصل بين المؤسسة وعملائها، أي البيع مباشرة للعملاء، وتعتبر عدم الوساطة إحدى التغيرات الهيكلية الهامة في الأسواق الإلكترونية، ويمكننا توضيح ذلك في الشكل أدناه:

أولاً: أنواع قنوات التوزيع عبر الأنترنت

يمثل الشكل (A) الوضع الأصلي في الأسواق التقليدية، حيث يقوم المنتج بتسويق منتجاته من خلال دفعها في قناة التوزيع بدءاً بتاجر الجملة، ثم تاجر التجزئة، وصولاً إلى المستهلك، أما الشكل (B) و (C) فيعرضان أنواع مختلفة من عدم الوساطة، حيث يوضح الشكل (B) عدم توسط تاجر الجملة، أما الشكل (C) فيظهر عدم توسط كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة، وعدم الوساطة تؤدي إلى انخفاض تكلفة البيع وبالتالي انخفاض الأسعار، وهذا يعود بالفائدة على المنتج والمستهلك معاً.



A



B



C

الوسطاء الجدد:

المقيمون (المثمنون):

محركات البحث

الأدلة:

مراكز التسوق التلقائي الإلكتروني عبر الإنترنت

المنتجات

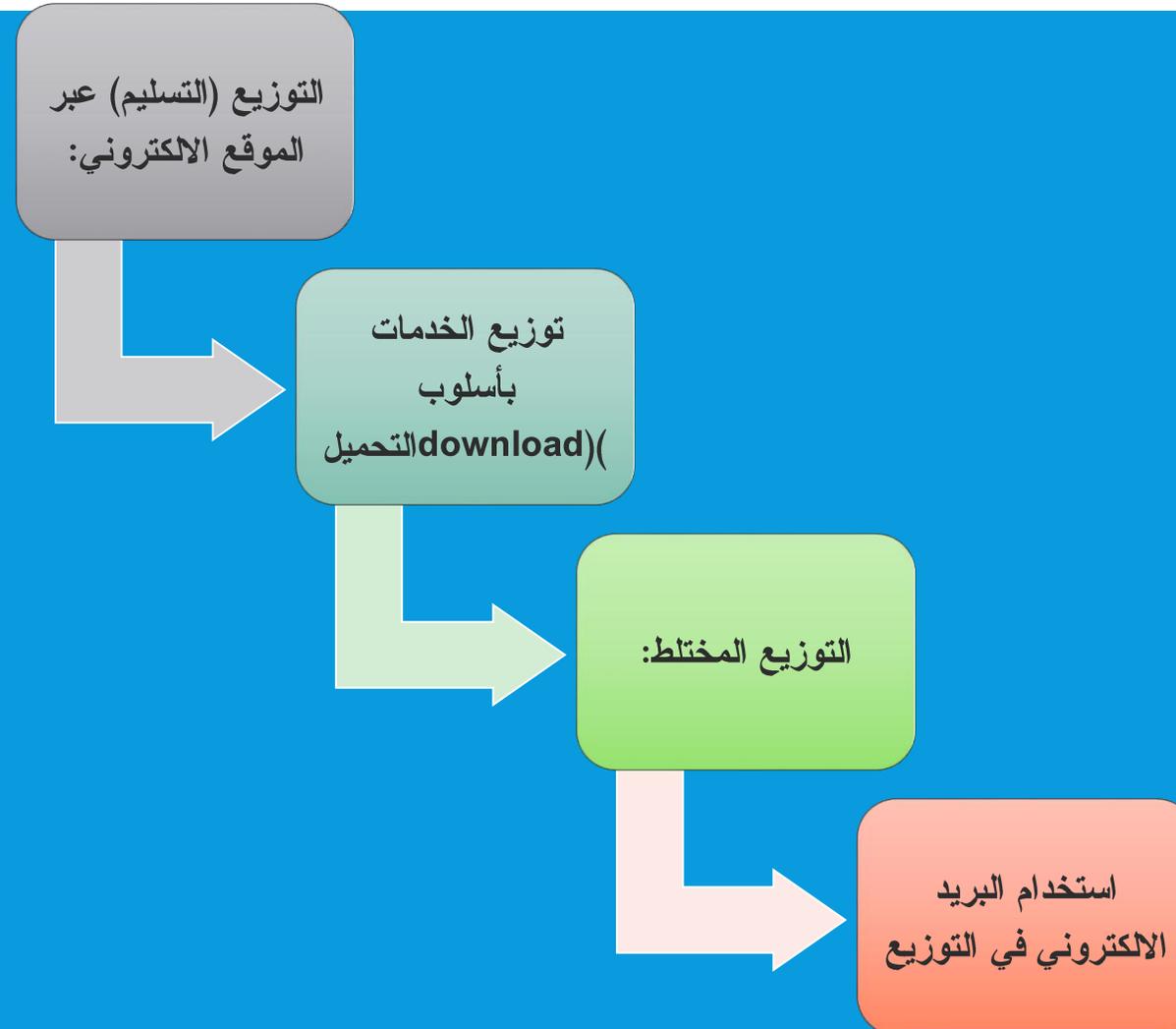
الوسطاء الماليون

ثانياً: أهمية توزيع الخدمات إلكترونياً

- أن التوزيع عبر الإنترنت ساهم بإيجاد بدائل للنقل وخصوصاً عندما يكون المنتج رقمياً بحيث يتم نقلة عبر شبكة الإنترنت مباشرة. أن اختصار قنوات التوزيع كان من شأنه الاستغناء عن الوسطاء، وقد أدى ذلك إلى تخفيض تكاليف الإنتاج والتوزيع، الأمر الذي ساهم بالرد على طلبات العملاء المستعجلة على مدار الساعة.

أن شبكة الإنترنت توفر السرعة في تأمين وصول الوثائق المطلوبة والطلبات والوفاء بها ومتابعة وصول المنتج إلى المستهلك النهائي وهذا يساهم أيضاً بسرعة وزيادة خدمات ما بعد البيع وقبول وإعادة السلع المرتجعة وبالسرعة المطلوبة.

ثالثًا: أساليب توزيع الخدمات الإلكترونية



المبحث الرابع: تأثير الانترنت في ترويج الخدمات

أولاً: أهمية ترويج الخدمات إلكترونياً
ثانياً: المزيج الترويجي للخدمات عبر الأنترنت



أولاً: أهمية ترويج الخدمات إلكترونياً

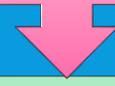
تقليص فترات الاتصال إلى أدنى الحدود



تقليص الشكاوى المرتبطة بسوء فهم محتوى وفحوى الرسالة الاتصالية



ضمان أعلى درجات الكفاءة الفعالة والجودة في العملية الاتصالية

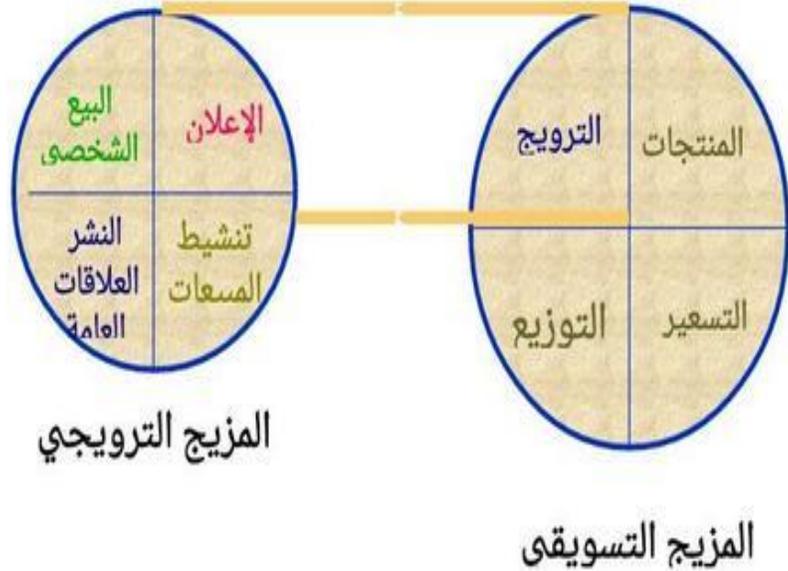


لتقنيات المعلومات والاتصالات دور كبير وفعال في تحقيق التكامل في الاتصالات التسويقية



تقليص التكاليف المترتبة على العملية الاتصالية

ثانيا: المزيج الترويجي للخدمات عبر الأنترنت



يعتبر الترويج أحد عناصر الترويج التسويقي فهو عبارة عن كافة الجهود التي تبذلها الشركة للتأثير في سلوك العملاء الشرائي نحو اتخاذ القرار الشرائي وذلك بالاعتماد على إثارة دوافعهم وإقناعهم بالمنتج ويسعى الترويج لتحقيق تلك الأهداف بالاعتماد على عناصر المزيج الترويجي.

الإعلان عبر الإنترنت

❖ مفهوم الإعلان عبر الإنترنت:

هو إحدى الوسائل التي تستخدم للاتصال غير الشخصي بين العملاء والمنتجين والتي تقام علي شبكة الإنترنت العالمية وتكون متنوعة لأساليب والطرق سواء علي المواقع المشهودة أو المواقع الدعائية أو علي شكل رسائل بريدية مكثفة. وهناك العديد من الخصائص التي تميز الإعلان الإلكتروني عن الإعلان التقليدي ومنها:



الأشكال المختلفة للإعلان على الإنترنت:

القوائم
البريدية
الاختيارية:

الإعلان عن
طرق البريد
الإلكتروني:

الإعلان
على
مجموعات
الأخبار:

إعلانات
الرعاية:

إعلانات
الرعاية أو
البانر

التسويق المباشر:



إن التسويق المباشر يعد من أكثر الأدوات الترويجية لمزيج الاتصالات التسويقية المتكاملة التي وظفت شبكة الانترنت لخدمة أهدافها، وقد عرفنا سلفا التسويق المباشر، ويتخذ التسويق المباشر بالانترنت في الممارسة التسويقية الحديثة عددا من الأشكال المتنوعة أهمها:

أشكال التسويق المباشر

التسويق بكتيبات
الانترنت المصورة
(Internet catalog Marketing):

التسويق بقواعد
البيانات (Data
base
Marketing)

التسويق بالبريد
الالكتروني - E-
mail
Marketing):

تنشيط المبيعات:

المسابقات واليانصيب :

الكوبونات :

الاختبار

العلاقات العامة عبر الانترنت



تعتبر العلاقات العامة واحدة من أدوات الاتصالات التسويقية التي تلائم تشكيلة واسعة من أصحاب المصلحة في المشروع. وتهدف العلاقات العامة تستخدم لبناء صورة ذهنية جيدة لدى الجماهير المختلفة. وهذه الجماهير تتضمن أصحاب المصلحة في المشروع والعاملين ووسائل الإعلام والموردين والمجتمع المحلي بالإضافة إلى العملاء والمشتريين الصناعيين والعديد من مجاميع أصحاب المصلحة في المشروع.

توفر الانترنت اليوم فرصا عظيمة لتوظيف المهارات الإبداعية للعاملين في هذا المجال. كما أن هناك الكثير من الإرشادات التي يمكن تطبيقها لخدمة مثل هذه المهارات الإبداعية وتوظيفها للمساعدة في ممارسة العلاقات العامة بشكل أفضل في حقبة الانترنت. وأهم الأساليب المستخدمة في مجال العلاقات العامة عبر الانترنت، نذكر:

العلاقات العامة عبر الإنترنت

موقع الشبكة:

مناسبات وأحداث
على الإنترنت

العلاقات العامة عبر
البريد الإلكتروني :

الرعاية

المبحث الخامس: تأثير الانترنت على المزيج التسويقي الممتد للخدمات

يتمثل المزيج التسويقي الموسع للخدمات في: الجمهور، عمليات تقديم الخدمة، البيئة المادية. ولهذا قسمنا هذا المبحث إلى:

أولاً: الجمهور

ثانياً: عمليات تقديم الخدمة

ثالثاً: البيئة المادية

أولاً: الجمهور

متلقي الخدمة

مزودي الخدمة

ثانيا: عمليات تقديم الخدمة



حيث أصبحت عملية توصيل الخدمة أو تسليم الخدمة تتم عبر تقنيات الاتصال المختلفة بدلا من الاتصال الشخصي المباشر. ومع تحول الانترنت إلى قناة تسويقية بديلة قابلة للتطبيق وقيام الأعمال بأستغلال قوة الشبكات الالكترونية، شهد عديد من عناصر ومكونات الخدمة تحولا إلى "الخدمة الالكترونية". فالإتصال والتواصل مع العملاء والاستجابة لطلباتهم بالكامل أصبح يتم عبر الشبكات في الوقت الحقيقي، أما بعض عناصر تقديم الخدمة مثلا الصفقة البيعية والتفاوض فقد تم استبدالها بعمليات أبسط مثل عمليات الخدمة الذاتية التي يتولاها العميل ووكلاء مقارنة الأسعار، ونماذج تحديد السعر من قبل العميل وغيرها.

ثالثا: البيئة المادية

التحول من بيئة
المباني والساحات
المادية والمكاتب في
العالم الواقعي إلى
بيئة افتراضية

ظهور تقنيات
الوسائط المتعددة

ظهور تقنيات الواقع
الافتراضي
Virtual reality)

تتامي تقنيات مواقع
الويب (web
sites)

شكرا على حسن الإصغاء
والمتابعة