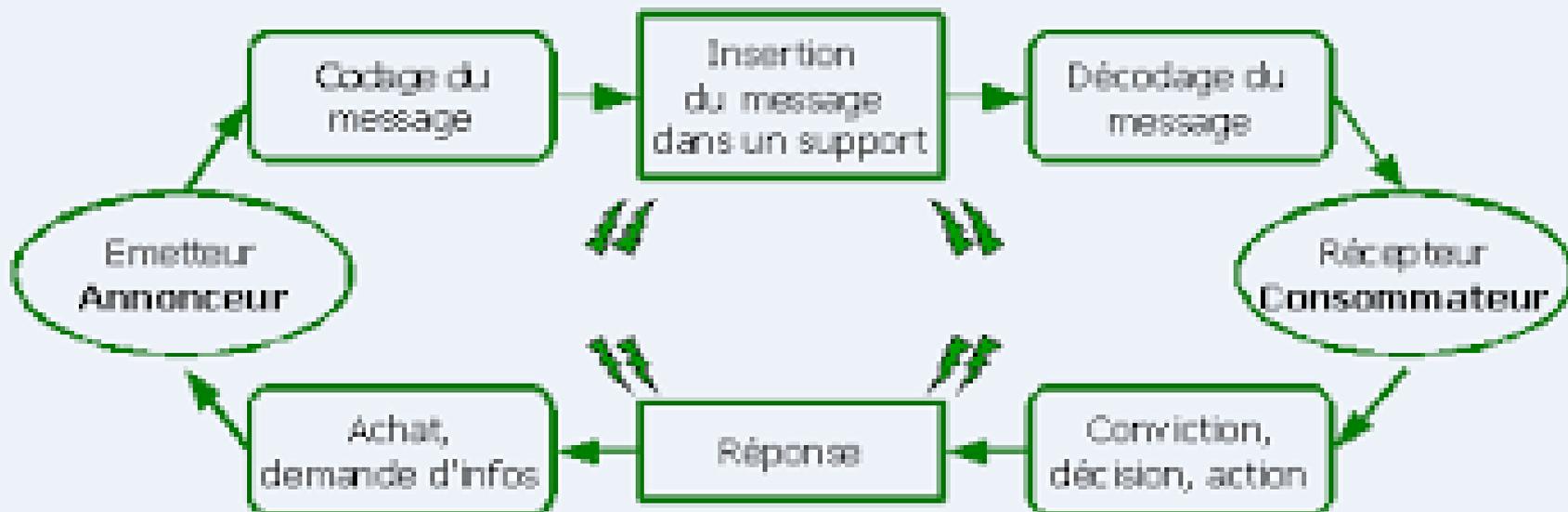


## Les acteurs de la communication





## المزيج الترويجي



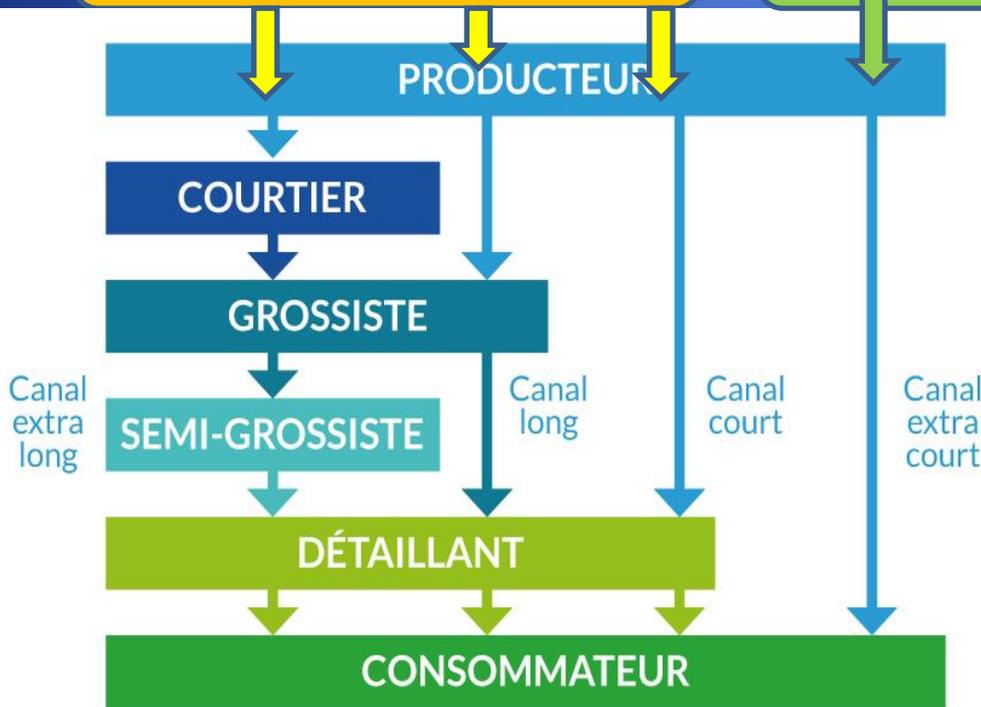
## (4) التوزيع

التوزيع هو عبارة عن مجموعات الأفراد أو المؤسسات التي يتم عن طريقها نقل السلع و الخدمات من مصادر إنتاجها إلى المستهلك الأخير.



التوزيع غير المباشر

التوزيع المباشر



طرق التوزيع المباشر للمنتجات

الاستهلاكية:

- طواف رجال البيع
- البيع عن طريق معارض يملكها المنتجون

البيع بالبريد By mail

البيع الآلي Automated Selling

Selling

طرق التوزيع المباشر للمنتجات

الصناعية

- المعارض المتخصصة
- مندوبي البيع

## المكان Place

يختص عنصر المكان بالتعامل مع تحديد قنوات التوزيع وطريقة أو كيفية تقديم المنتج للمستهلك.

هناك العديد من استراتيجيات التوزيع التي يمكن اعتماد الأنسب منها وهي تشمل:

التوزيع المكثف Intensive distribution

التوزيع الحصري Exclusive distribution

التوزيع الإختياري Selective distribution

حقوق الإمتياز Franchising

الموافقة على استخدام حق أو أكثر من حقوق الملكية الفكرية والصناعية أو المعرفة الفنية لإنتاج سلعة أو توزيع منتجات أو خدمات تحت العلامة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الامتياز، .. ووفقا لتعليماته وتحت إشرافه حصريا في منطقة جغرافية محددة ولفترة زمنية محددة مع التزامه بتقديم المساعدة الفنية وذلك بمقابل مادي أو الحصول على مزايا أو مصالح اقتصادية

كوكاكولا/ بيبسيكولا / ماكدونالد.....

المنفعة الحيازية

المنفعة الزمنية

المنفعة المكانية

## عناصر المزيج التسويقي الموسع (العناصر السبعة 7Ps)



## الحاجة الى مزيج تسويقي موسع للخدمات (7Ps)



ان المزيج التسويقي التقليدي الذي تم تطويره ( Borden, 1965 & McCarthy 1978 ) قد استخدم بغض النظر عن المحتوى ، فهذه العناصر الاساسية (4Ps) تحتاج الى تعديل لكي تكون ذات فائدة لأوضاع و متطلبات تسويق الخدمات لأن:

المزيج التسويقي طور اصلا للشركات الصناعية.

عناصر المزيج التسويقي غير كافية و شاملة لتلبية حاجات الممارسين و المسوقين في مجال الخدمات.

يوجد اكثر من اثبات يؤكد ان المزيج التسويقي التقليدي يحتاج الى تعديل و اضافة عناصر جديدة لكي يتكيف مع التسويق الخدمي.

مثلا: الافراد الذين يقومون بتوصيل الخدمات و البيئة المادية التي تقدم فيها الخدمة بالرغم من اهميتهما في قرار الشراء

## 4. الحاجة إلى مزيج تسويقي موسع للخدمات (7PS)

### الأشخاص People

هم مجموعة العاملين او مجموعة الموظفين بالمؤسسة، بمن فيهم أولئك الذين يتفاعلون مباشرة مع العملاء (مثل البائعون أو خدمات العملاء أو موظفي التوصيل) بالإضافة إلى الزبائن ومجموعة التفاعلات التي تحدث بينهم.

**التدريب المكثف والمستمر لموظفيك على كيفية التعامل مع العملاء والتعامل مع ما هو غير متوقع هو أمر حاسم لنجاحك.**

TARGETED PEOPLE



### العملية Process

مجموعة الإجراءات والآليات والتراتبية التي يتم من خلالها تقديم الخدمة للمستهلك. هنا يتم تحليل المتطلبات ومراقبة كل الخطوات التي تمر بها الخدمة لضمان وصولها إلى الزبون بالشكل المناسب، وكذلك وضع حلول للخروج من المخبثات التي يمكن أن تواجهها عملية تقديم الخدمة.

### الدليل المادي Physical evidence

البيئة المادية بصورة عامة التي يتم من خلالها تقديم السلعة أو الخدمة للزبون، بمعنى آخر المساحة التي يتفاعل فيها العملاء وموظفو الخدمة. ويشمل الدليل المادي على سبيل المثال اللافتات، الذي الرسمي للعمل، شكل المحل الفعلي (الديكورات الداخلية و الخارجية) وما يحتويه من أثاث وغيره.

