

## المحاضرة الرابعة: عناصر المزيج التسويقي الرقمي

اختلفت تقسيمات عناصر المزيج التسويقي الرقمي بين الباحثين في ميدان الاعمال الالكترونية الى أن قدم الباحثان (Kalynam,Mcintyre) تقسيما واضحا وشاملا لعناصر المزيج التسويقي وقد اطلقا عليه نموذج **P2.C2.S2.4Ps** وهو كالتالي:<sup>1</sup>

S2	{	Site Design	- تصميم موقع الويب
		Security	- الامن
4Ps	{	Product	- المنتج الالكتروني
		Promotion	- الترويج
		Place	- التوزيع /المكان
		Price	- التسعير
C2	{	Costumer Services	-خدمات الزبون
		Communities Vertual	المجتمعات الافتراضيه
P2	{	Privacy	- الخصوصيه
		Personalisation	- الشخصنة او التخصيص

(<sup>1</sup>) يوسف ابو فارة، مرجع سابق، بتصرف، ص 142