

## الاجابة عن جميع اسئلة الامتحان

### الاجابة عن السؤال الاول: 8 ن

على ضوء ما درست لمفهوم التسويق المباشر:

#### 1. ما خصائص التسويق المباشر؟

تتمثل خصائص في الاتي: 4 نقطة

- إن التسويق المباشر هو نظام تفاعلي يمنح فرصة التفاعل بين كل من المنظمة والمستهلك.
- يعتمد على بعض تقنيات الاتصال الحديثة الأكثر تفاعلية من تقنية الاساليب التسويقية المباشرة الأخرى .
- يمكّن من سرعة استجابة العملاء للرسائل والاتصالات التسويقية المرسله من الشركة عبر وسائله المختلفة.
- يحقق معدل استجابة سريعة جدا مقارنة بوسائل التسويق التقليدية الأخرى.
- وجود حوار شخصي وجها لوجه بين المسوق والمستهلك .
- تتمثل الاستجابة في طلب شراء او الحصول على معلومات واستفسارات، تقديم شكوى او ردود افعال حول العرض المقدم.
- يتميز التسويق المباشر بأسلوب التوجه الشخصي 1 الى 1 وجها لوجه واستهداف دقيق ومحدد.
- استناده الى قاعدة البيانات او قاعدة المعطيات التسويقية الفعالة من أجل العمل على بناء وتعزيز علاقات مستدامة مع العملاء.
- يعتمد التسويق المباشر على اسلوب واحد او اكثر من الاساليب التالية: (البريد المباشر، الهاتف، الفاكس، الكتالوج، البيع الشخصي، البريد الإلكتروني وتطبيقات الانترنت).

#### 2. ما وسائل/ادوات التسويق المباشر؟ 2 نقطة

تتمثل وسائل وادوات التسويق المباشر في : البريد المباشر، الهاتف، الفاكس، الكتالوج، التلفزيون التفاعلي، البريد الإلكتروني وتطبيقات الانترنت.

#### 3. انت كعميل/مستهلك، فما المنافع التي يحققها لك التسويق المباشر؟ 2 نقطة

أهم المنافع التي يحققها لك التسويق المباشر كعميل/مستهلك:

- ذو طابع خاص.

- يمكّن المشتري من القيام بطلب السلعة او الخدمة التي يرغبها من مكتبه او منزله عبر البريد الإلكتروني وفي اي وقت يريد ومتى شاء.

- يعطي التسويق المباشر مجالا واسعا للمشتري للدخول الى المواقع الالكترونية الخاصة بالشركات والحصول على كمية كبيرة من المعلومات الهامة والمفيدة لاي كان.
- يمكّن التسويق المباشر المشتري من الحصول على رد او استجابة فورية. من البائع والتفاعل معه عبر الهاتف او عبر الموقع الالكتروني.

## الاجابة عن السؤال الثاني: 7 ن

يقوم التسويق المباشر أساسا على الاستهداف المباشر للعميل بالاستناد إلى "قاعدة بيانات تسويقية"، وتعد هي القلب النابض له. بناء على ذلك أجب على الاتي:

### **1) ما طبيعة/شكل معلومات قواعد البيانات التسويقية؟ 3 نقطة**

تتمثل طبيعة وشكل معلومات قواعد البيانات التسويقية فيما يلي:

أ. معلومات عن المستهلك: وهي مجموعة البيانات الأولية عن المستهلك، والمتعلقة بالبيانات الشخصية مثل الاسم، العنوان، الهاتف، المهنة، كذلك البيانات السلوكية المتعلقة بالشراء من حيث: العادات، التكرار، الكميات، التوقيت.

ب. لمعلومات ترويجية: وتقوم على أساس تحديد المستهلكين المستهدفين والوسيلة المناسبة للاتصال بهم والنتائج المتوقعة الحصول عليها من وراء ذلك.

ج. معلومات عن المنتج: وتتعلق هذه المعلومات بـ: تحديد ماهية المنتجات التي سيتم الترويج لها؛ وتحديد الجهات والأفراد الممكن الاتصال بهم وخلق استجابة لديهم؛ بالإضافة تاي تحديد الوقت والمكان الذي يتم فيه تقديم المعلومات، وأخيرا تحديد طبيعة السلع والخدمات بدقة.

د. المعلومات الديموغرافية: وتشمل البيانات الخاصة بالمناطق الجغرافية التي تعمل فيها الشركة وخصائصها الطبيعية المميزة عن غيرها من المناطق، وكذلك المستهلكين المحتملين وخصائصهم الاجتماعية والثقافية ونمط حياتهم.

هـ. معلومات عن الصفة: يمكن أن تعتبر المعلومات المتحصل عليها من صفقات تجارية سابقة أساسا مهما يبنى عليها للصفة القادمة من ناحية: تكرار الشراء لدى المستهلك ، الحداثة الكمية والتصنيف .

### **2) أنت (م/ن) كمدير (ة) مبيعات لشركة منتجات تخسيس الوزن والعناية الجسدية، قررت انتهاج التسويق المباشر عبر البريد الالكتروني. كيف يمكنك جلب البيانات لبناء قاعدة بيانات تسويقية لاستخدامها في استهداف العملاء لاحقا؟ 3 نقطة**

يتم جلب البيانات لبناء قاعدة بيانات تسويقية لشركتنا للقيام بالتسويق المباشر عبر البريد الالكتروني عن طريق الطرق الاتية:

- استخدام اعلان عبر اليوتوب او جوجل او وسائل التواصل الاجتماعي لصفحة مقصودة تحت فيها الناس المهتمين بادخال الايميل للتسجيل او طلب منتج أو الحصول على مكافأة مجانية ككتاب الكتروني مجانا على سبيل المثال.
- استخدام موقع الكتروني ومن خلاله يتم التواصل عبر النوافذ المنبثة او عبر ملء نموذج الاشتراك في النشرة الاخبارية ، أو إعطاء خصم للعملاء للاشتراك في النشرة الإخبارية.

■ يمكن شراء ايميلات العملاء المحتملين مع ما في ذلك من السليبيات.

(3) يستند التسويق المباشر على قاعدة البيانات التسويقية، في المقابل على ماذا يستند التسويق الشامل؟ 1 نقطة

يستند التسويق الشامل على نظام المعلومات التسويقية.

### الاجابة عن السؤال الثالث: 5ن

تأمل وفكر جيدا ، ثم حدد مدى صحة أو خطأ كل من العبارات الآتية: لكل عبارة نقطة واحدة

- a. ظهور المصطلح الاكاديمي "التسويق المباشر" كان من طرف Lester Wunder Man في خطاب له في احدى المحاضرات عام 1963. **خطأ.**
- b. مما ساهم في تطور التسويق المباشر تغير نمط حياة العديد من قطاعات العملاء والتي ترغب في تحقيق المزيد من السرعة في إجراء عمليات الشراء والبيع. **صحيح.**
- c. طبيعة الخطاب في الرسالة بالبريد المباشر يكون غير شخصي، ويفضل ان يكون بصيغة العام. **خطأ.**
- d. يسمح التسويق بالبريد الالكتروني باستهداف أو تقسيم قاعدة بيانات الزبائن على أسس كثيرة منها الجغرافية، الجنس، العمر والاهتمام السلعي او الخدمي وغيرها خلافا للتسويق بالهاتف. **صحيح.**
- e. توفر الحسابات الشخصية (في المواقع الالكترونية المختلفة و الايميلات الشخصية) بأسعار ملائمة ساهم في نمو التسويق المباشر. **صحيح**