



التصحيح النموذجي لامتحان الدورة العادية في مقياس تسويق الخدمات للسنة الجامعية 2025/2024

الجواب الأول: (3 نقاط)

أهمية الإعلان عبر الإنترنت في ثلاث نقاط:

- قلة تكاليف الحملة الترويجية الإلكترونية والتي قد تقل عن 50 % من تكاليف الحملة الإعلانية بالطرق التقليدية؛
- سرعة انتشارها في الوصول إلى أعداد كبيرة من العملاء المستخدمين والتي تصل إلى الملايين وفي أوقات قصيرة؛
- إمكانية توجيهها إلى الشريحة المستهدفة بطرق أكثر دقة؛
- إمكانية استخدام الوسائط المتعددة كالصور المتحركة والأصوات المصاحبة للإعلان؛
- المرونة في سحب أو تغيير الإعلان بسهولة من على المواقع الإلكترونية حتى بعد بدء الحملة الإعلانية.

الجواب الثاني (7 نقاط):

1. معاناة المؤسسة من فقد ملحوظ في عملائها خلال الثلاثة سنوات الأخيرة.
 2. المؤسسة لا تهتم بتنمية ومكافأة عملائها الداخليين (العاملين)، الأمر الذي انعكس بالسلب على قدرة المؤسسة على الاحتفاظ بعملائها الخارجيين (العملاء).
 3. الأسلوب الذي اتبعته المؤسسة في التعرف على أسباب مشكلاتها التسويقية هو عقد العديد من اللقاءات والنقاشات فيما بين اللجان المختلفة.
 4. أهم المؤشرات أو الدلائل الأخرى التي تشير بوضوح إلى مشكلة المؤسسة:
- اعتقاد معظم الموظفين بالصفوف الأولى الذين يتعاملون مع العملاء أنهم موجودون لخدمة وإرضاء العملاء بأي شكل.
 - عدم تلقي موظفي التسويق بالمؤسسة أية برامج تعليمية أو تدريبية لفهم ثقافة العملاء والتعامل معهم بفعالية وكفاءة.
 - اعتقاد العاملون بالمؤسسة أن العملاء كلهم متماثلون ويجب تقديم مزيج تسويقي واحد للمؤسسة.
 - عدم وجود حوافز خاصة أو استثنائية للعاملين بالصفوف الأمامية، تحفزهم على زيادة المجهود للحفاظ على العملاء الحاليين والعمل على زيادتهم.

5. أهم الحلول التي نقرحها للتغلب على المشكلة التي تواجهها المؤسسة:

- تطوير هيكل تنظيمي واضح للمؤسسة يضع رغبات وحاجات العملاء في القمة.
- العمل على تدريب العاملين بطريقة التعامل مع الزبون وخلق علاقات طيبة مبنية على المودة والاحترام والنّقة.
- العمل على إدامة العلاقة مع الزبائن باستخدام وسائل الاتصال الحديثة (الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني) والرد على استفساراتهم والاستجابة بالسرعة الممكنة وبالوقت المحدد.
- تصميم وتنفيذ نظام حوافز خاص للعاملين بالصفوف الأمامية، بما يساهم في التحفيز لزيادة المجهود من أجل الحفاظ على العملاء الحاليين والعمل على زيادتهم.

الجواب الثالث (10 نقاط): الإجابة الصحيحة فيما يلي:

- ج1: مرحلة التوجه بالمفهوم التسويقي. ج2: كل الإجابات صحيحة. ج3: التسويق الداخلي. ج4: ارتفاع سريع للمبيعات.
- ج5: غير ملموسة. ج6: مرحلة النضج. ج7: وضع أنظمة للحجز. ج8: غير ملموسة الموجهة للممتلكات.
- ج9: الهدايا التذكارية التي تقدم من أجل تكوين علاقة طيبة والتذكير بخدمات المؤسسة. ج10: بيئتها التسويقية الخارجية.

بالتوفيق أستاذة المقياس..... أد. نايلي إلهام