

## الأستاذة : نسمة مهشي

### مقياس: تسويق و إشهار ، السنة الثالثة اتصال، حصة الأعمال الموجهة

#### الفوج: 02

#### تطبيق : 03

### حالة شركة المتحدة

شركة " المتحدة " تعاني من فقد ملحوظ في عملاءها خلال السنوات الثلاثة الأخيرة، الأمر الذي جعل الرئيس التنفيذي للشركة يشحذ كافة الجهود بالشركة لدراسة أسباب ذلك ، ومن خلال العديد من اللقاءات والمناقشات فيما بين اللجان المختلفة تبين ما يلي:

- 1) يعتقد معظم الموظفين بالصفوف الأولى الذين يتعاملون مع العملاء أنهم موجودون بالشركة لخدمة وإرضاء العملاء بأي شكل.
- 2) لم يتلقى موظفو التسويق بالشركة أية برامج تعليمية أو تدريبية لفهم ثقافة العملاء والتعامل معهم بفعالية وكفاءة.
- 3) يري العاملون بالشركة أن العملاء كلهم متماثلون ويجب تقديم مزيج تسويقي واحد للشركة.
- 4) لا توجد بالشركة أية حوافز خاصة أو استثنائية للعاملين بأجهزة التسويق.

#### الأسئلة:

- 1 - ما هو المؤشر الأساسي الذي نبه الشركة لوجود مشكلة في أدائها التسويقي؟
- 2 - ما هي المشكلة الرئيسة التي تواجهها الشركة من وجهة نظرك؟
- 3 - ما هو الأسلوب الذي اتبعته الشركة في التعرف على أسباب مشكلتها التسويقية؟
- 4 - ما هي أهم المؤشرات أو الدلائل الأخرى التي تشير بوضوح إلى مشكلة الشركة؟
- 5 - اذكر أهم الحلول التي تقترحها للتغلب على المشكلة التي تواجهها الشركة.

#### الأجوبة النموذجية :

- 1 معاناة الشركة من فقد ملحوظ في عملائها خلال الثلاثة سنوات الأخيرة.

2 لشركة لا تهتم بتنمية ومكافأة عملائها الداخليين (العاملين)، الأمر الذي انعكس بالسلب على قدرة الشركة على الاحتفاظ بعملائها الخارجيين (العملاء).

3 عقد العديد من اللقاءات والنقاشات فيما بين اللجان المختلفة.

4 اعتقاد معظم الموظفين بالصفوف الأولى الذين يتعاملون مع العملاء أنهم موجودون لخدمة وإرضاء العملاء بأي شكل.

- عدم تلقي موظفي التسويق بالشركة أية برامج تعليمية أو تدريبية لفهم ثقافة العملاء والتعامل معهم بفعالية وكفاءة.

- اعتقاد العاملون بالشركة أن العملاء كلهم متماثلون ويجب تقديم مزيج تسويقي واحد للشركة.

- عدم وجود حوافز خاصة أو استثنائية للعاملين بأجهزة التسويق، تحفزهم على زيادة المجهود للحفاظ على العملاء الحاليين والعمل على زيادتهم.

5 تطوير هيكل تنظيمي واضح للشركة يضع رغبات وحاجات العملاء في القمة

- العمل على تدريب العاملين بطريقة التعامل مع الزبون وخلق علاقات طيبة مبنية على المودة والاحترام والثقة.

- 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 بأجهزة التسويق، بما يساهم في التحفيز لزيادة المجهود من أجل الحفاظ على العملاء الحاليين والعمل على زيادتهم.