

معايير الجودة التسويقية

Marketing quality standards

تغريد خليل السيد

كلية ريادة الأعمال – تسويق وإعلان



- ✓ مفهوم الجودة في التسويق وتطبيقاته العملية.
- ✓ كيفية تطوير معايير لقياس وتحسين الجودة التسويقية.
- ✓ استراتيجيات تحسين الجودة لتلبية توقعات العملاء.
- ✓ أساليب تقييم الأداء التسويقي وضمان جودته.
- ✓ القدرة على تطبيق معايير الجودة في التسويق الرقمي والخدمات.
- ✓ مهارات الابتكار في استراتيجيات التسويق لتحقيق جودة عالية.



المخرجات المتوقعة من الدرس

- ✓ أن يشرح مفهوم الجودة في التسويق وتطبيقاته العملية.
- ✓ أن يبين كيفية تطوير معايير لقياس وتحسين الجودة التسويقية.
- ✓ أن يدرس استراتيجيات تحسين الجودة لتلبية توقعات العملاء.
- ✓ أن يحل أساليب تقييم الأداء التسويقي وضمان جودته.
- ✓ أن يعزز القدرة على تطبيق معايير الجودة في التسويق الرقمي والخدمات.
- ✓ أن يحسن مهارات الابتكار في استراتيجيات التسويق لتحقيق جودة عالية.





في عالم الأعمال الحديث، تُعد الجودة التسويقية عنصراً حاسماً لنجاح أي منظمة، حيث تمثل الجسر الذي يربط بين توقعات العملاء والأداء الفعلي للشركة. ومع تزايد المنافسة وتطور احتياجات المستهلكين، أصبحت معايير الجودة التسويقية أداة أساسية لضمان تميز العلامة التجارية وبناء ولاء العملاء.



ما هي معايير الجودة التسويقية؟



تشير معايير الجودة التسويقية إلى مجموعة من المبادئ والمعايير التي تُستخدم لقياس فاعلية الأنشطة التسويقية ومدى تلبيتها لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم. هذه المعايير لا تقتصر على جودة المنتج نفسه، بل تشمل أيضًا:

- جودة الخدمة:** معاملة العملاء، سرعة الاستجابة، وكفاءة فريق الدعم.
- جودة الاتصال التسويقي:** وضوح الرسائل الإعلانية، صدقيتها، وجاذبيتها.
- جودة تجربة العميل:** سهولة الوصول إلى المنتج، تجربة الشراء، وما بعد البيع.
- الابتكار والتكييف:** قدرة التسويق على مواكبة التغيرات في السوق واستخدام الأدوات الحديثة.



أهمية تطبيق معايير الجودة التسويقية:



١. تعزيز رضا العملاء: عندما تُلبي الحملات التسويقية توقعات العملاء، يزداد ولاؤهم للعلامة التجارية.
٢. تمييز العلامة التجارية: الجودة التسويقية تُبرز الشركة في سوق مزدحم وتجعلها الخيار الأول للمستهلكين.
٣. تحسين الكفاءة التشغيلية: تقليل الأخطاء والهدر في الموارد التسويقية عبر معايير واضحة.
٤. الاستدامة التنافسية: تساعد هذه المعايير على تحقيق النمو طويلاً الأجل في ظل بيئة أعمال متغيرة.



أمثلة على معايير الجودة التسويقية:



ISO 9001- يُستخدم لضمان جودة العمليات التسويقية والإدارية.

- **معايير خدمة العملاء :** مثل Net Promoter Score - NPS) مثل لقياس رضا العملاء وتجربتهم.

- **معايير التسويق الرقمي:** مثل معدل التحويل وجودة المحتوى وفقاً لمعايير.(SEO)





تُعد معايير الجودة التسويقية إطاراً استراتيجياً لا غنى عنه لأي شركة تطمح إلى النجاح في سوق ديناميكي. من خلال تبني هذه المعايير، يمكن للشركات تحقيق التميز التشغيلي وبناء علاقات متينة مع عملائها، مما ينعكس إيجاباً على الربحية والصورة الذهنية للعلامة التجارية.



أولاً: مفهوم الجودة في التسويق

الجودة في التسويق لا تقتصر على جودة المنتج أو الخدمة فقط، بل تشمل جودة كافة الأنشطة التسويقية التي تساهم في إرضاء العميل وتكوين صورة إيجابية عن المؤسسة، بدءاً من تصميم المنتج، مروراً بالإعلان، ووصولاً إلى خدمة ما بعد البيع.



الجوانب التي تشملها الجودة التسويقية:

١. جودة المنتج أو الخدمة: هل المنتج يفي بوعده؟ هل يطابق توقعات العميل؟



٢. جودة الاتصال التسويقي: هل الرسائل التسويقية واضحة وصادقة وغير مضللة؟

٣. جودة التوزيع: هل المنتج متوفّر في الوقت والمكان المناسب؟

٤. جودة العلاقة مع العميل: هل يشعر العميل بالتقدير والاهتمام؟

٥. جودة تجربة العميل الشاملة: ما مدى سهولة الشراء؟ هل الخدمة سريعة؟ هل هناك

استجابة لمشاكل العملاء؟



ثانياً: تطبيقات الجودة في التسويق

١. في تصميم المنتج/الخدمة

- يتم دراسة احتياجات العميل مسبقاً لضمان أن المنتج يلبي تلك الاحتياجات.
- يتم اختبار الجودة قبل إطلاق المنتج لتجنب العيوب.

مثال: شركة Apple تختبر أجهزتها بدقة وتحرص على تجربة مستخدم سلسة، وهذا يعزز صورة الجودة.

٢. في الحملات الإعلانية

- يجب أن تكون الرسائل التسويقية دقيقة وغير مبالغ فيها.

مثال: إعلان عن منتج غذائي يوضح المكونات الفعلية دون تزييف ⇒ هذا يعكس جودة أخلاقية في التسويق.

استخدام صور واقعية، لغة واضحة، ومعلومات دقيقة.



ثانياً: تطبيقات الجودة في التسويق

٣. في التسويق الرقمي



- جودة الموقع الإلكتروني: سرعة التصفح، التصميم الجذاب، سهولة الشراء.
- الاستجابة السريعة على وسائل التواصل الاجتماعي.

❖ مثال:

شركة توفر دعماً فورياً عبر "الشات" في موقعها تحقق جودة عالية في التسويق الرقمي.



ثانياً: تطبيقات الجودة في التسويق

٤. في خدمة ما بعد البيع

- وجود نظام لاستقبال الشكاوى والاقتراحات.
- تقديم ضمانات وخدمات استبدال أو إصلاح.

مثال: شركة إلكترونيات تقدم خدمة صيانة منزلية مجانية بعد الشراء ⇒ تعزز ولاء العميل وتحقق الجودة.

٥ في تسويق الخدمات

- تدريب العاملين على حسن التعامل والسرعة والدقة.
- توحيد مستوى الخدمة في كل مرة يتعامل فيها العميل مع المؤسسة.

مثال: شركة طيران تضمن تجربة راقية في كل رحلة من حيث المقاعد، الوجبات، والضيافة.



ثالثاً: لماذا الجودة في التسويق مهمة؟

- ◆ لأنها تحقق رضا العميل، وهو الأساس في بناء علاقة طويلة الأمد.
- ◆ لأنها تزيد من ولاء العميل وإعادة الشراء.
- ◆ لأنها ترفع صورة العلامة التجارية.
- ◆ لأنها تقلل من تكلفة الشكاوى والسمعة السلبية.



أولاً: ما معنى "معايير الجودة"؟

معايير الجودة هي مجموعة من المواصفات أو المبادئ التي تضعها المؤسسة لضمان أن المنتج أو الخدمة:

✓ تلبي احتياجات العملاء.

✓ تحقق مستويات أداء ثابتة.

✓ تطابق أو تتجاوز توقعاتهم.

؟ بمعنى آخر: هي القواعد التي تُقاس بها جودة العمليات التسويقية والمنتجات والخدمات.



ثانياً: خطوات تطوير معايير جودة تلبی توقعات العملاء

١. فهم توقعات العملاء بدقة

إجراء مقابلات، استبيانات، تحليلات سلوك العملاء.

تحديد: ما الذي يعتبره العميل "جودة"? هل هي السرعة؟ الدقة؟ السعر؟ الراحة؟

مثال: عملاء مطعم للوجبات السريعة يتوقعون سرعة الخدمة أكثر من تنوع الأطباق.

٢. تحليل الشكاوى واللاحظات السابقة

الشكاوى المتكررة تكشف عن جوانب ضعيفة يجب تحسينها.
الاستفادة منها لصياغة معايير تمنع تكرار نفس الأخطاء.

مثال: إذا كانت الشكاوى تدور حول تأخير التوصيل، تطور المؤسسة معياراً يحدد حدّاً أقصى لزمن التسليم (مثلاً: ٣٠ دقيقة).



ثانياً: خطوات تطوير معايير جودة تلبى توقعات العملاء



٣. الاستفادة من المعايير العالمية والمحلية مثل معايير (ISO 9001 لضبط الجودة) أو EFQM يمكن اعتمادها كنقطة انطلاق ثم تخصيصها حسب طبيعة السوق والعملاء.

❖ مثال: شركة تعتمد معيار ISO ولكن تعدل طرق التقييم بما يناسب الثقافة المحلية في بلدها.

٤. التعاون مع فرق العمل الداخلية إشراك الأقسام المختلفة (المبيعات، خدمة العملاء، الإنتاج) في وضع المعايير. كل قسم لديه رؤية حول كيفية تحسين الجودة

❖ مثال: فريق الدعم الفني يقترح تقليل عدد خطوات حل المشكلة للعميل



ثانيًا: خطوات تطوير معايير جودة تلبی توقعات العملاء



٥. اختبار المعايير ميدانياً

تطبيق أولي للمعايير على نطاق ضيق، وملاحظة النتائج.
إجراء تعديلات قبل تعميمها.

❖ مثال: اختبار معيار "الرد خلال 5 دقائق على استفسارات العملاء" على عينة محددة.

٦. مراجعة وتحديث المعايير باستمرار

تطلعات العملاء تتغير مع الزمن.

لذلك يجب تقييم أداء المعايير بانتظام وتعديلها إذا لزم الأمر.

❖ مثال: بعد دخول منافس جديد يقدم توصيلاً أسرع، تقوم المؤسسة بتحديث معيار سرعة الخدمة.



ثالثاً: أمثلة على معايير الجودة المرتبطة بتوقعات العملاء



- **مجال الخدمة:** المعيار المقترن توقع العميل
- **التسليم:** التوصيل خلال ٢٤ ساعة من وقت الشراء
- **السرعة:** الرد على الاستفسارات الرد خلال ٥ دقائق عبر الدردشة المباشرة
التفاعل السريع
- **جودة المنتج:** خلو المنتج من العيوب بنسبة ٩٩,٥٪ الاعتمادية
- **خدمة ما بعد البيع:** حل المشكلة خلال ٤٨ ساعة كحد أقصى الموثوقة
- **التسويق الرقمي :** محتوى واضح ومتجدد مرّة أسبوعياً الفائدة والتجدد



رابعاً: لماذا يُعد تطوير هذه المعايير أمراً حيوياً؟



- يمنع الانخفاض في رضا العملاء.
- يحافظ على سمعة المؤسسة.
- يمنح الشركة ميزة تنافسية.
- يساعد في تقديم تجربة متسقة وجودة يمكن الاعتماد عليها.



١ - ما هو المقصود بمعايير الجودة التسويقية؟

- أ. تحسين الأسعار
- ب. قياس فعالية الأنشطة التسويقية
- ج. زيادة عدد الإعلانات
- د. تقليل الإنتاج



٢ - ما معيار الجودة المستخدم لقياس رضا العملاء؟

- أ. CRM.
- ب. ROI.
- ج. (NPS).
- د. SWOT.



١ - ب/ قياس فعالية الأنشطة التسويقية

٢ - ج / (NPS)



أولاً: ما المقصود بتحسين الجودة؟



تحسين الجودة هو عملية مستمرة تهدف إلى رفع مستوى الأداء والخدمات والمنتجات لتلبية أو تجاوز توقعات العملاء، وتعزيز رضاهم وولائهم. ليس المطلوب فقط "تقديم خدمة"، بل تقديم خدمة أفضل كل مرة.



ثانياً: لماذا نحسن الجودة؟



لأنّ توقعات العملاء ترتفع مع الوقت، والمنافسة تزداد. لذا من لا يطور جودة خدماته أو منتجاته، سيفقد عملاءه بسرعة.



ثالثاً: أهم استراتيجيات تحسين الجودة لتبنيه توقعات العملاء

١. الاستماع المستمر لصوت العميل :



◆ اجمع آراء العملاء من خلال:

- استبيانات
- شكاوى

- تقييمات Google أو مواقع التواصل.

◆ استخدم البيانات لتحسين المنتجات والخدمات.

❖ مثال: شركة مطاعم لاحظت أن العملاء يشتكون من برودة الطعام عند التوصيل، فطبقت نظام تغليف حراري يحافظ على الحرارة.



ثالثاً: أهم استراتيجيات تحسين الجودة لتبنيه توقعات العملاء



٢. التحسين المستمر :

- ◆ لا تنتظر حدوث مشكلة كي تحسن ، بل:
- قم بمراجعة العمليات دوريًا.
- حسن التفاصيل الصغيرة باستمرار.

❖ مثال: شركة طيران حسنت جودة المقاعد تدريجياً بناءً على ملاحظات المسافرين، مما زاد رضا العملاء وقلل الشكاوى.



ثالثاً: أهم استراتيجيات تحسين الجودة لتبنيه توقعات العملاء



٣. تدريب الموظفين ورفع كفاءتهم

- ◆ كل موظف يتفاعل مع العميل هو جزء من "الجودة".
- ◆ تدريب دوري على:
 - التعامل مع العملاء
 - المهارات الفنية
 - فهم المنتج جيداً

❖ مثال: موظفو بنك يحصلون على دورات شهرية حول كيفية التعامل مع العملاء الغاضبين.



ثالثاً: أهم استراتيجيات تحسين الجودة لتبليغ توقعات العملاء



٤. ابتكار حلول مخصصة :

- ◆ تقديم منتجات أو خدمات تتناسب مع رغبات كل عميل.
- ◆ استخدم البيانات الشخصية لتحسين التجربة.

❖ مثال: منصة تسويق إلكتروني تعرض منتجات مختلفة حسب سجل العميل واهتماماته.

٥. تبني التكنولوجيا الحديثة:

- ◆ استخدام أدوات ذكية في مراقبة الجودة والتفاعل مع العملاء.
 - ◆ أنظمة CRM، روبوتات المحادثة، تتبع الشحن، تحليلات البيانات.
- ❖ مثال: تطبيق توصيل يستخدم الذكاء الاصطناعي لحساب وقت التوصيل بدقة وتجنب التأخير.



ثالثاً: أهم استراتيجيات تحسين الجودة لتبنيه توقعات العملاء

٦. مقارنة الأداء بالمنافسين:

- ◆ راقب ما يقدمه منافسوك من جودة. ◆ لا تكتف بمستوى "جيد" بل اسع إلى أن تكون "الأفضل".

مثال: شركة ملابس إلكترونية لاحظت أن منافسها يقدم سياسة استرجاع مرنة، فقامت بتعديل سياستها لتصبح أكثر ملاءمة.



٧. قياس الأداء بالجودة بانتظام:

- ◆ استخدم مؤشرات لقياس التحسين مثل:
نسبة رضا العملاء
عدد الشكاوى

معدل التكرار في الشراء

- ◆ مثال: إذا ارتفع مؤشر "تكرار الشراء" بعد تحسين التغليف، فهذا يدل على نجاح الاستراتيجية



تحسين الجودة ليس مشروعًا مؤقتًا، بل هو ثقافة داخل المؤسسة.

كل خطوة، من تصميم المنتج إلى التفاعل مع العميل، يمكن تحسينها لتقديم تجربة متكاملة ومتقدمة.



أولاً: ما المقصود بتقييم الأداء التسويقي؟

هو عملية قياس وتحليل النتائج التسويقية (مثل الحملات، المبيعات، رضا العملاء...) بهدف:



- ❖ التأكد من تحقيق الأهداف التسويقية.
- ❖ معرفة نقاط القوة والضعف.
- ❖ اتخاذ قرارات لتحسين الأداء مستقبلاً



ثانياً: لماذا نقوم بتقدير الأداء التسويقي؟



- ❖ لتحديد مدى فعالية الأنشطة التسويقية.
- ❖ لمعرفة العائد على الاستثمار التسويقي
- ❖ لتحسين جودة العمليات التسويقية وتقديم قيمة أعلى للعملاء





١ - ماذا تعني استراتيجية ،“تحسين المستمر”؟

أ. تحسين سنوي فقط

ج. تحسين دوري ومنتظم

ب. تحسين فقط عند حدوث خلل

د. إلغاء المعايير السابقة

٢ - ما هو دور تقييم الأداء التسويقي؟

أ. زيادة الأسعار

ج. تقليد المنافسين

ب. تحديد نقاط القوة والضعف

د. إلغاء الحملات



١ - ج/ تحسين دوري ومنتظم

٢ - ب / تحديد نقاط القوة والضعف



ثالثاً: أهم أساليب تقييم الأداء التسويقي



١. مؤشرات الأداء الرئيسية : KPIs

- هي أرقام تُقاس لتوضيح نتائج الجهود التسويقية
- من أمثلتها:

❖ مثال: إذا كانت نسبة التحويل منخفضة رغم كثافة الزيارات، فربما هناك

مشكلة في عرض المنتج أو واجهة الموقع.



ثالثاً: أهم أساليب تقييم الأداء التسويقي



٢. تحليل المبيعات والتغيرات السوقية

- ◆ تتبع حجم المبيعات، وتوزيعها حسب المنتج، والفئة المستهدفة.
- ◆ مقارنة الأداء الحالي بالفترات السابقة.

❖ مثال: انخفاض مبيعات منتج معين خلال موسم معين قد يكشف عن خلل تسويقي في الحملات أو التوزيع.



ثالثاً: أهم أساليب تقييم الأداء التسويقي

٣. استطلاعات رضا العملاء:



◆ أداة مباشرة لتقدير جودة التجربة التسويقية.

◆ تشمل أسئلة حول:

- جودة المنتج
- سهولة الشراء
- خدمة العملاء
- الانطباع العام عن الشركة

❖ مثال: "ما مدى رضاك عن سرعة التوصيل؟" يُعطي مؤشرًا مباشرًا لجودة عمليات التسويق اللوجستي.



ثالثاً: أهم أساليب تقييم الأداء التسويقي



٤. تحليل الشكاوى والاقتراحات

- ◆ الشكاوى تكشف عن نقاط الضعف.
 - ◆ الاقتراحات تعطي أفكاراً لتحسين الجودة التسويقية.
- ❖ مثال: عدد كبير من الشكاوى حول بطء الرد على الرسائل ⇒ ضعف في جودة خدمة العملاء.



ثالثاً: أهم أساليب تقييم الأداء التسويقي

٥. تحليل الأداء الرقمي:

◆ باستخدام أدوات مثل Google Analytics أو أدوات CRM لقياس:



- عدد الزوار
- مصادر الزيارات
- مدة التفاعل
- الصفحات الأكثر زيارة

❖ مثال: إذا كانت صفحة المنتج غير تجذب اهتمام الزوار، يتم تعديل المحتوى أو الصور لتحسين الجودة.



ثالثاً: أهم أساليب تقييم الأداء التسويقي

٦. مقارنة الأداء بالمنافسين:

- ◆ قياس أداء الشركة مقابل الشركات المنافسة في نفس السوق.
- ❖ مثال: إذا كانت شركتك أقل تفاعلاً على مواقع التواصل مقارنة بمنافسك، فذلك يشير لحاجة لتحسين الاستراتيجية التسويقية الرقمية.



خامسًا: كيف نُحسّن جودة التسويق الرقمي والخدمات؟

- ١) تحسين الواجهة الرقمية باستمرار (موقع/تطبيق).
- ٢) تدريب الموظفين على التعامل مع العملاء.
- ٣) تحليل التقييمات والتعليقات لأخذ ملاحظات التحسين.
- ٤) اختبار تجربة المستخدم بانتظام.
- ٥) الرد السريع على استفسارات العملاء.
- ٦) تطبيق سياسات واضحة لأمان البيانات والخصوصية.



معايير الجودة في التسويق الرقمي والخدمات لا تقتصر على "المحتوى"

أو "المنتج"، بل تعتمد على التجربة الكاملة التي يخوضها العميل، من

أول نقرة على الموقع أو أول مكالمة مع الموظف، وحتى ما بعد تقديم

الخدمة



أولاً: ما المقصود بالابتكار في التسويق؟

❖ الابتكار في التسويق: يعني استخدام أفكار وأساليب جديدة وغير تقليدية في تصميم وتقديم المنتجات، الحملات التسويقية، أو تجارب العملاء، بهدف:

- تحسين الجودة.
- زيادة رضا العملاء.
- تقديم قيمة مميزة وفريدة

* الابتكار لا يعني فقط "اختراع شيء جديد"، بل قد يكون "تحسين الطريقة الحالية" بشكل مبدع



ثانياً: لماذا تحتاج الابتكار لتحقيق جودة تسويقية عالية؟

- ▷ لأن الأسواق سريعة التغير، والعملاء أكثر وعيًا وتطلبًا.
- ▷ ولأن التميز لا يأتي من تكرار ما يفعله الآخرون، بل من تقديم شيء مختلف، أفضل، وأذكي.



ثالثاً: أهم مهارات الابتكار في استراتيجيات التسويق

١. التحليل الإبداعي لاحتياجات العملاء

فهم احتياجات العملاء بطرق غير تقليدية.
توقع رغباتهم المستقبلية قبل أن يطلبواها.

مثال: شركة تطلق منتجًا صحيًا بناءً على تحليل الاتجاهات الغذائية الصاعدة (مثل المنتجات النباتية)

٢. تصميم تجربة عميل مميزة

التركيز على كل لحظة يعيشها العميل مع المنتج أو الخدمة.
جعل تجربة الشراء أو التفاعل "لا تنسى".

مثال: متجر إلكتروني يضيف تجربة "محاكاة افتراضية" لقياس الملابس قبل الشراء.



ثالثاً: أهم مهارات الابتكار في استراتيجيات التسويق

٣. ؟ توليد أفكار جديدة بانتظام:

جلسات عصف ذهني مع فرق التسويق.
تشجيع ثقافة التفكير خارج الصندوق.

مثال: فريق تسويقي يقترح استخدام القصص التفاعلية على إنستغرام بدلاً من المنشورات التقليدية.

٤. ➔ الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة

استخدام الذكاء الاصطناعي، الواقع المعزز، التحليلات الضخمة (Big Data).)
دمج أدوات ذكية في الحملات

مثال: استخدام روبوت محادثة (Chatbot) ذكي لتوجيه العملاء أثناء الشراء.



ثالثاً: أهم مهارات الابتكار في استراتيجيات التسويق

٥. المرونة والتجريب:

- تجربة استراتيجيات جديدة في السوق وتحليل النتائج.
- تقبل الفشل كجزء من التطوير.

❖ مثال: تجربة نوع جديد من المحتوى (فيديو قصير - بث مباشر) لمعرفة تفاعل الجمهور



ثالثاً: أهم مهارات الابتكار في استراتيجيات التسويق

٦. تطوير النماذج التسويقية :

* تقديم القيمة للعميل بطريقة جديدة كلّياً.

❖ مثال: منصة تعليمية تعتمد نظام "الاشتراك الشهري" بدلاً من البيع لمرة واحدة.



- ◆ الجودة العالية في التسويق لا تتحقق فقط بالاستمرار، بل بالابتكار المستمر.
- ◆ كل فكرة جديدة تلائم العميل وتنصيف له قيمة = خطوة نحو تميّز تسويقي طويل الأمد



في ظل التطورات المتتسارعة في عالم الأعمال وزيادة حدة المنافسة، أصبحت معايير الجودة التسويقية عاملاً حاسماً في تحديد نجاح أو فشل الشركات. فهي لا تقتصر فقط على تقديم منتج عالي الجودة، بل تشمل كافة التفاعلات بين العلامة التجارية والعميل، بدءاً من جودة الاتصال التسويقي، مروراً بتجربة الشراء، ووصولاً إلى خدمة ما بعد البيع.

من خلال تبني هذه المعايير، تستطيع المنظمات تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، تعزيز ولاء العملاء، ورفع الكفاءة التشغيلية، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي وسمعة العلامة التجارية. كما أن الالتزام بمعايير عالمية مثل ISO 9001 أو مؤشرات قياس الأداء مثل NPS يسهم في تحسين العمليات التسويقية وضمان تلبية توقعات العملاء بشكل دائم.



- في النهاية، يمكن القول إن الجودة التسويقية ليست خياراً، بل ضرورة استراتيجية في عالم يتسم بالتغيير السريع وتزايد توقعات المستهلكين. الشركات التي تستثمر في تطبيق هذه المعايير وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية، هي التي ستتمكن من الصمود في السوق وبناء علاقات طويلة الأمد مع عملائها.

"الجودة ليست فعلاً، بل عادة... والعادات الجيدة تُبنى بمعايير واضحة والتزام دائم.



١- الابتكار في التسويق لا يشمل:

- أ. التفكير التقليدي
- ب. تحليل اتجاهات العملاء
- ج. العصف الذهني
- د. استخدام التكنولوجيا

٢- أي من التالي يُعتبر من مظاهر الابتكار في التسويق؟

- أ. استخدام ملصقات
- ب. حملات بريدية
- ج. استخدام الذكاء الاصطناعي
- د. تكرار نفس الحملة



١ - أ / التفكير التقليدي

٢ - ج / استخدام الذكاء الاصطناعي



■ إدارة الجودة في الخدمات التسويقية / د. محمد الواصل



شكرا لكم



رابعاً: كيف نضمن جودة الأداء التسويقي بعد التقييم؟

□ إجراءات لضمان الجودة:

- ✓ تحديد معايير جودة لكل نشاط (الإعلانات – المحتوى – خدمة العملاء...).
- ✓ تحسين مستمر بناءً على نتائج التقييم.
- ✓ تدريب الفرق المسئولة على أساليب التسويق الحديثة.
- ✓ استخدام التغذية الراجعة من العملاء بصفة دائمة.
- ✓ وضع خطة مراجعة دورية لتحديث الاستراتيجيات التسويقية





تقييم الأداء التسويقي هو بوابة التحسين.

فبدونه، لن نعرف ما إذا كانت جهودنا ناجحة أم لا.

أما ضمان الجودة، فهو ما يجعل الأداء التسويقي يتطور باستمرار ويحقق الرضا الحقيقي للعملاء.



أولاً: الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي في الجودة



www.tiba-market.blogspot.com

- ❖ في التسويق التقليدي، الجودة قد تكون مرتبطة بجودة الإعلان أو التغليف.
- ❖ أما في التسويق الرقمي والخدمات، الجودة تعتمد على تجربة العميل الرقمية ومدى التفاعل الفوري والفعال معه.



ثانياً: لماذا تحتاج معايير جودة في التسويق الرقمي والخدمات؟



- ❖ لأن العملاء اليوم:
 - يتفاعلون مع العلامات التجارية عبر الإنترنت.
 - يتوقعون تجربة رقمية ممتازة وسريعة وفعالة.
 - يقيّمون الخدمة بناءً على السهولة والسرعة والدقة، وليس فقط المنتج



ثالثاً: أهم معايير الجودة في التسويق الرقمي

- ✓ سرعة تحميل الموقع يجب ألا يستغرق الموقع أكثر من ٣-٢ ثوانٍ. تأخر التحميل = فقدان العملاء.
- ✓ تجربة المستخدم (الموقع أو التطبيق يجب أن يكون سهل الاستخدام ومنظم وواضح).
- ✓ جودة المحتوى الرقمي (نصوص - فيديو - صور) يجب أن يكون دقيقاً ومفيداً وغير مضلل.
- ✓ التفاعل والاستجابة السريعة الرد على الرسائل والتعليقات بسرعة يعكس احترام العميل ويزيد الثقة.
- ✓ أمن المعلومات خصوصية العميل وحماية بياناته الرقمية أمر أساسي في الجودة الرقمية.
- ✓ توافق الموقع مع الجوال يجب أن يعمل الموقع بكفاءة على الهواتف والأجهزة اللوحية.
- ✓ الإعلانات الموجهة بدقة الإعلانات يجب أن تصل للفئة المستهدفة بدقة دون إزعاج فئات غير مهتمة.



ثالثاً: أهم معايير الجودة في التسويق الرقمي



❖ مثال تطبيقي:

موقع متجر إلكتروني بطيء، غير واضح، ولا يحتوي معلومات كافية عن المنتجات = جودة تسويقية رقمية ضعيفة حتى لو كانت الأسعار ممتازة



رابعاً: معايير الجودة في تسويق الخدمات

- الخدمات غير ملموسة، لذا لا يمكن الحكم عليها مباشرة مثل المنتج، ولهذا معايير الجودة هنا تختلف قليلاً وتعتمد على:
- ✓ الاعتمادية: تقديم الخدمة بنفس الجودة في كل مرة دون تفاوت.
 - ✓ الاستجابة: مدى سرعة واستعداد الشركة لتلبية طلب العميل أو حل مشكلته.
 - ✓ الاحترافية والكفاءة: معرفة ومهارات الموظف الذي يقدم الخدمة.
 - ✓ التفاعل الإنساني: أسلوب التعامل مع العميل: الاحترام، اللباق، التوضيح.
 - ✓ التعاطف والاهتمام الشخصي : هل يشعر العميل بأنه مهم ومحل اهتمام خاص؟
 - ✓ جودة البيئة المادية: إذا كانت الخدمة وجهاً لوجه (مثل بنك أو عيادة)، فالنظافة والتنظيم مهمة.



رابعاً: معايير الجودة في تسويق الخدمات

❖ مثال تطبيقي:

مكتب تأمين يتاخر في الرد، والموظف غير مهذب، رغم أن الإجراءات دقيقة \Rightarrow جودة منخفضة.
بينما مركز صيانة يقدم خدمة سريعة، وموظفوون ودودون، ورسائل متابعة \Rightarrow جودة خدمة عالية.



١- في حالة تقديم نفس الخدمة بجودة ثابتة في كل مرة، هذا يدل على:

- أ. الاعتمادية
- ب. السرعة
- ج. التفاعل
- د. المرونة



٢- معيار "الرد خلال ٥ دقائق" يُصنف ضمن:

- أ. جودة البيئة
- ب. جودة الخدمة
- ج. جودة المنتج
- د. جودة المحتوى



١ - أ / الاعتمادية

٢ - ب / جودة الخدمة



شكرا لكم

