

امتحان السداسي (1) للسنة الجامعية 2023/2024	<h2 style="text-align: center;">الاجابة النموذجية</h2> <h3 style="text-align: center;">لمقياس تسويق الخدمات</h3>	جامعة باتنة 1
التاريخ: 2024/01/23		كلية العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية
المدة: 01 ساعة و 30 دقيقة		السنة الثالثة ليسانس- تخصص تسويق

الجزء الاول: (06 نقاط)

أجب على العبارات التالية ب (صحيح) او (خطأ) مع تصحيح الخطأ إن وجد:

1. يركز التوجه البيعي على فكرة بيع ما تم انتاجه دون الاهتمام باحتياجات العميل ومدى رضاه (صحيح)
2. لا يوجد ثبات في مخرجات عملية انتاج الخدمة وهذا ناتج عن خاصية التلازمية التي تتميز بها الخدمة (خطأ)
3. العلاقات العامة نشاط اتصالي هدفه الاساسي إغراء العميل واستمالاته لاقتناء الخدمة المعروضة (خطأ)
- العلاقات العامة نشاط اتصالي هدفه الاساسي تقديم المؤسسة بأفضل صورة للمجتمع وبناء اسم وسمعة وشهرة لها، لتلقى استحسان من طرف الجماهير التي تتعامل معها
4. التسعير النفسي هو وضع سعر يدفع المستهلك إلى اتخاذ قرار الشراء على أساس التفكير المنطقي (خطأ)
- التسعير النفسي هو وضع سعر يدفع المستهلك إلى اتخاذ قرار الشراء نتيجة ردة الفعل العاطفي أكثر منه على أساس التفكير المنطقي.
5. الخدمة التكميلية هي السبب الرئيسي لقيام المؤسسة الخدمية، وهي التي تشبع حاجة أساسية لدى العميل (خطأ)
- الخدمة الجوهر هي السبب الرئيسي لقيام المؤسسة الخدمية، وهي التي تشبع حاجة أساسية لدى العميل، اما الخدمة التكميلية هي التي تدعم الخدمة الجوهر وتزيد في مستوى إشباع العميل ورضاه وتخلق ميزة تنافسية للخدمة الأساسية وللمؤسسة المقدمة لها.
6. تتصف قناة التوزيع المباشر بغياب الوسيط بين المنتج والعميل وهي القناة الأكثر شيوعا في مجال الخدمات (صحيح)

الجزء الثاني: (05 نقاط)

- أ-تمر الخدمة في دورة حياتها بعدة مراحل اهمها مرحلة النضج حدد اهم خصائص هذه المرحلة؟ وماهي أبرز القرارات التي تتخذها المؤسسة في هذه المرحلة لتتفادى الدخول الى مرحلة التدهور ؟ (03 ن)
- اهم خصائص هذه المرحلة: تصل في هذه المرحلة مبيعات المؤسسة الخدمية إلى الذروة وتكون الارياح في اعلى مستوياتها، تزداد حدة المنافسة، درجة تشابه عالية بين ما تقدمه المؤسسات المختلفة من خدمات حيث لا يرى العملاء أي اختلاف بينها
- اهم القرارات: تحسين جودة الخدمة فنيا ووظيفيا، إضافة خدمات تكميلية مساعدة، مجارات الحملات الترويجية للمنافسين.
- ب- بهدف الرفع من القيمة المدركة للعميل تعمل المؤسسة على تخفيض التكاليف الغير مالية أذكر طريقتين يمكن اتباعهما لتحقيق ذلك (02 ن)
- تقليل الوقت الازم للحصول على الخدمة خاصة الوقت المهودور في الانتظار
- تخفيف الاعباء النفسية والجهود الجسدية التي يتحملها العميل من اجل الحصول على الخدمة
- تخفيف أي مشاعر سلبية قد يشعر بها العميل عبر حواسه الخمس عن طريق بناء بيئة مادية مصاحبة للخدمة تكون مريحة وجذابة بالنسبة للعميل عن طريق تخفيض الضوضاء وتأمين تجهيزات حديثة وأثاث مريح وروائح عطرة

الجزء الثالث: دراسة حالة (09 نقاط)

تعمل شركة الرائد الجزائرية في مجال السياحة والسفر حيث تمتلك فنادق فخمة تقدم خدمة المبيت في غرف مصممة بمعايير عالمية تضم مستلزمات حمام فاخرة، وتوفر لنزلائها في الفندق تجربة تذوق أجود أنواع الطعام من مختلف المطابخ العالمية، بالإضافة لاملاكها لاباخرتين سياحيتين تنظم من خلالهما رحلات سياحية بحرية مع فرصة الاستمتاع بحفلات فنية ومسرحيات ترفيهية على متن الباخرة، وتجربة الاكلات التقليدية والمبيت في الباخرة، وتتيح الشركة لعملائها فرصة الانضمام الى برامجها السياحية لزيارة مختلف الولايات من خلال اسطول حافلاتها الفخم والمميز الذي يوفر مقاعد مريحة وواسعة لمد الساقين، مكيف وإنترنت مجاني ومقبس كهربائي لشحن الأجهزة.

المطلوب:

1. حدد الخدمة الجوهر لشركة الرائد: **خدمة السياحة والسفر (1ن)**

2. يضم المزيج الخدمي جميع الخدمات التي تقوم المؤسسة بإنتاجها وتسويقها خلال فترة زمنية معينة، اذكر ابعاد المزيج الخدمي مع الشرح **أ. الاتساع:** يعبر عن عدد خطوط المنتجات المختلفة الموجودة داخل المؤسسة، واتساعه يجعلها قادرة على تنوع خدماتها بهدف تلبية حاجات الزبائن المختلفة. (0.5ن)

ب العمق: يقصد به عدد أنماط الخدمة في كل خط إنتاجي من خطوط الإنتاج في المؤسسة، ويعرف بأنه عدد الخدمات التي تقدمها المؤسسة داخل كل خط (0.5ن)

ج. الطول: يشير الى إجمالي عدد الخدمات التي تتكون منها كافة خطوط الخدمات التي تقدمها المؤسسة. (0.5ن)

د. التوافق والاتساق: يعني مدى ارتباط خطوط الخدمات المختلفة بالصورة النهائية للاستخدام، ويعرف بأنه التكامل أو الارتباط بين الخدمات من ناحية العملية الإنتاجية والاستخدام النهائي ومن ناحية منافذ التوزيع أو مجموعة الزبائن أو خصائص أخرى. (0.5ن)

3. بالاعتماد على معطيات النص اعلاه قم بتصميم نموذج لمزيج خدمات شركة الرائد توضح فيه:

- الخطوط الخدمية لشركة الرائد. (3ن)

- ابعاد مزيج خدمات شركة الرائد. (1ن)



4. بصفتك مسؤول قسم التسويق بشركة الرائد قم باختيار الأداة الترويجية المناسبة لمواجهة حالة إنخفاض الطلب على خدمات شركة الرائد مع تبرير اختيارك ، ثم حدّد ثلاث وسائل تراها فعالة لتطبيق هذه الأداة ؟ (2 ن)

- الاداة الترويجية المناسبة لمواجهة فترة انخفاض الطلب هي **تنشيط المبيعات** لانها **اداة ظرفية وموقّنة** تطبق في فترة محددة، **اداة تحفيزية** تحفز العميل على اتخاذ قرار الشراء وايضا **اداة تسريعية** مصممة بشكل اساسي لتسريع العملية البيعية وزيادة ارقام المبيعات في فترة زمنية معينة
- الوسائل الفعالة في هذه الحالة: **تخفيضات مغرية في اسعار** خدمات الشركة في فترة الشتاء لاستقطاب العملاء
- **حزم الاسعار** : يمكن للشركة ان تمنح لعملاءها الذين يحجزون في الفندق لاكثر من ليلة رحلة مجانية على متن الباخرة
- **سحوبات الياناصيب**: اتاحة الفرصة لكل عميل يحجز في رحلة سياحية ان يدخل في قرعة السحب للفوز باقامة مجانية في احد فنادق الشركة