

عناصر المزيج الترويجي : Elements Of Promotional Mix

لا يتفق منظروا التسويق على العناصر التي يحتويها المزيج الترويجي، والواقع أنه لا يوجد خلافا بين كتاب التسويق حول أربعة عناصر أساسية لهذا المزيج هذه العناصر المتفق عليها هي:

1. الإعلان Advertising

2. البيع الشخصي Personal Selling

3. النشر Publicity

4- تنشيط المبيعات Sales Promotion

وقد يضيف بعض الكتاب على هذه العناصر الاربعة عنصرين آخرين وهما العلاقات العامة وRelation Public وعنصر الغلاف.

البيع الشخصي Personal Selling

يعرف البيع الشخصي على أنه عملية تقديم شفوية من خلال محادثة شخصية مع مشتري محتمل أو أكثر بهدف إتمام عملية البيع.

نشاط النشر Publicity

النشر هو في حقيقته مجرد أداة من الأدوات التي تستخدمها العلاقات العامة وشأنه شأن الإعلان فهو اتصال في اتجاه واحد. ويعرف أيضا هذا النشاط على أنه أى شكل من أشكال تقديم الأفكار أو السلع ، الخدمات غير الشخصية وغير المدفوع الاجر . وتتميز خصائص هذا النشاط في الآتى :

1. النشر هو شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي .

2. أن الفرد أو المنظمة التي تقوم بهذا النشاط لا تتحمل تكلفة الوسيلة المستخدمة في عملية النشر.

3. أنه يترتب على عدم تحمل المنظمة أو الفرد لتكلفة الوسيلة وعدم قدرته على التحكم في مضمون الرسالة ، أو زمن نشرها ، أو مكان نشرها ، أو حجمها إلخ.

4- أن الفرد أو المنظمة التي قد تتولى القيام بهذا النشاط قد تكون غير معلومة أو غير محددة ، حيث لم ينص التعريف على ضرورة معرفة الفرد القائم بهذا النشاط.

5. تزداد أهمية هذا النشاط عند تقديم منتجات أو خدمات أو حتى أفكار جديدة إلى السوق .

تتسيط المبيعات Sales Promotion

يمثل نشاط ترويجي يعمل على تفعيل أنشطة البيع الشخصي ، والاعلان ، والاشهار والنشر والتي تسمى بأنشطة الترويج الكلية