

التسويق المباشر

الدكتور
سيد سالم عرفة



المحتويات

الصفحة

الموضوع

11

المقدمة

الفصل الأول: أساسيات التسويق والسوق المتكاملة

- 15 مفهوم التسويق والسوق
- 16 أهمية التسويق والسوق
- 18 أنواع الاسواق
- 18 عناصر التسويق
- 20 مراحل الفكر التسويقي
- 20 مداخل تقسم السوق
- 20 أسس تقسيم السوق
- 22 خطة التسويق
- 25 المزيج التسويقي
- 26 اتخاذ القرارات التسويقية
- 36 البيئة التسويقية

الفصل الثاني: التسويق المباشر

- 51 مفهوم التسويق المباشر
- 51 أسباب تطور التسويق المباشر
- 52 خصائص التسويق المباشر
- 52 أهداف التسويق المباشر
- 53 مزايا التسويق المباشر
- 54 سلبيات التسويق المباشر
- 55 المنافع التي يحققها التسويق المباشر

- 56 فوائد التسويق المباشر.
- 57 مجالات التسويق المباشر.
- 58 أساسيات التسويق المباشرة.
- 60 وسائل التسويق المباشر.

الفصل الثالث: التسويق بالعلاقات المباشرة

- 71 نشأة وتطور التسويق بالعلاقات.
- 73 مفهوم التسويق بالعلاقات المباشرة.
- 74 أصل منهج التسويق بالعلاقات.
- 75 أهمية التسويق بالعلاقات المباشرة.
- 77 خطوات عملية التسويق بالعلاقات المباشرة.
- 77 مرتكزات التسويق بالعلاقات المباشرة.
- 78 استعمال التسويق بالعلاقات المباشرة.
- 78 قدرات التسويق بالعلاقات المباشرة.
- 79 كيفية القيام بالتسويق بالعلاقات المباشرة.
- 81 تأثير تكنولوجيا المعلومات على تسويق العلاقة.

الفصل الرابع: ترويج المنتجات والبيع المباشر

- 87 * أولاً: ترويج المنتجات.
- 87 مفهوم وأهمية الترويج.
- 87 أهمية الترويج.
- 88 المزيج الترويجي.
- 89 عناصر المزيج الترويجي.
- 109 * ثانياً: البيع المباشر.
- 109 مفهوم البيع المباشر.
- 109 علاقة البيع المباشر والتسويق المتعدد المستويات.

- 109 الفرق بين (البيع) المباشر و(التسويق) المباشر.....
- 110 قوة البيع المباشر.....
- 110 الاهتمام بالبيع المباشر.....
- 110 كيفية البيع المباشر.....
- 110 الشيء الذي يحققه البيع المباشر للعاملين فيه.....
- 110 الباعة المباشرون الذين يمثلون الشركات والمستقلون.....
- 111 المنتجات والخدمات التي يقدمها الباعة المباشرون.....
- 111 عرض الباعة المباشرون لعملهم.....
- 112 مهنة البيع المباشر المتكاملة.....
- 112 الفرق بين التسويق الشبكي والهرمي.....
- 113 أسباب عدم ثقة البعض بالتسويق المتعدد المستويات.....
- 113 المراحل التي يقوم عليها التسويق المتعدد المستويات.....
- 114 الإتصال بالعملاء.....
- 115 مراحل المبيعات.....
- 116 إدارة فريق المبيعات.....
- 117 مراحل عملية البيع الشخصي.....

الفصل الخامس: التسويق الإلكتروني المباشر

- 123 مفهوم التسويق الإلكتروني المباشر.....
- 123 أهمية التسويق الإلكتروني.....
- 124 مهارات التسويق الإلكتروني المباشر.....
- 125 مزايا التسويق الإلكتروني المباشر.....
- 125 مميزات التسويق الإلكتروني.....
- 126 عيوب التسويق الإلكتروني المباشر.....
- 127 أهداف التسويق الإلكتروني.....

- 128 خصائص التسويق الإلكتروني
- 130 عناصر المزيج التسويقي للخدمات
- 131 تأثير عناصر المزيج التسويقي للخدمة بالتسويق الإلكتروني
- 139 استراتيجية تطبيق التسويق الإلكتروني المباشر
- 142 أنواع التسويق الإلكتروني
- 142 عملية التسويق الإلكتروني
- 143 طرق التسويق الإلكتروني
- 144 التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت
- 145 مزايا التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت
- 146 علاقة نظام المعلومات التسويقية بالاستخبارات التسويقية المباشرة...
- 146 مفهوم نظام المعلومات التسويقية
- 146 أهمية نظام المعلومات التسويقية
- 147 مميزات نظم المعلومات التسويقية
- 147 مكونات نظام المعلومات التسويقية
- 150 العوامل التي أدت على زيادة الاهتمام والحاجة لنظام المعلومات التسويقية
- 150 طبيعة المعلومات التسويقية
- 152 الخطوات اللازمة لخلق العلاقات التسويقية
- 152 مصادر نظم المعلومات التسويقية
- 153 نظم المعلومات التي تخدم المجالات الوظيفية للأعمال
- 156 نظام المعلومات التسويقية والجودة
- 157 مساهمة نظام المعلومات التسويقية في تحقيق جودة المنتج
- 158 علاقة نظم المعلومات التسويقية بنظام المخابرات التسويقية المباشرة..
- 162 تحسينات نظام المخابرات التسويقية
- 163 مصادر بيانات المخابرات التسويقية
- 164 تحليل بيانات المخابرات التسويقية ونطاقها

- 165 مراحل النشاط المخبراتي التسويقي
- 165 أنواع المعلومات وأوجه حمايتها والسيطرة عليها
- 168 فاعلية نظام المخبرات التسويقي في اتخاذ القرارات التسويقية

الفصل السادس: التسويق الدولي المباشر

- 171 مفهوم التسويق الدولي
- 171 مداخل التسويق الدولي
- 180 طبيعة الأسواق الدولية
- 184 أهداف التسويق الدولي المباشر
- 187 الفرق بين التسويق والتسويق الدولي المباشر
- 188 مراحل التسويق الدولي المباشر
- 190 دوافع التسويق الدولي المباشر

الفصل السابع: المصطلحات المهمة في التسويق المباشر

- 114 قائمة المراجع