

دور المزيج التسويقي وبناء استراتيجية التسويق للوثائق التاريخية

١.د/ اشرف عبد المحسن الشريف

استاذ ورئيس قسم المعلومات

كلية الآداب - جامعة بنى سويف

1 - مفهوم المزيج التسويقي :

هو مجموعة من العناصر التي تهدف كل منها الى تحقيق الاهداف التسويقية التي تسعى المنظمة الى تحقيقها كتسويق خدمات او منتجات محددة والسعى الى توصيلها الى العملاء . وقد حدد مكارثي McCarthy في عام 1960 أهم مكونات المزيج التسويقي التي يجب تحديدها، فيما أسماه (P's4) لأن المكونات الأربعة التي حددها تبدأ بحرف P باللغة الإنجليزية وهي

المنتج Product

السعر Price

المكان Place

الترويج Promotion .

ويرى البعض أن هذا المفهوم أصبح مفهوما قديما لا يتماشى مع التطورات التي حدثت في مجال التسويق خاصة في ظل ظهور شبكة الانترنت التي أتاحت امكانية التفاعل والاتصال المباشر بين العميل او المستهلك وبين منتج الخدمة ، لذا يقترح

البعض ظهور مزيج تسويقي يتواءم مع التطورات التكنولوجية يتكون من أربعة عناصر تبدأ بحرف C تسمى اختصارا Cs4 والتي تدل على العناصر الآتية :-
(ابراهيم مرزقلان ، 2010)

١ Customer Needs وتعنى احتياجات العميل .

٢ Convenience وتعنى راحة العميل .

٣ Cost التكلفة .

٤ Communication الاتصالات .

حيث حلت احتياجات العميل مكان المنتج وحلت راحة العميل مكان (التوزيع) وحلت الاتصالات مكان الترويج ، ويتفق البحث مع هذا المزيج التسويقي الحديث Cs4 لانه أكثر توجهها واهتماما بالعميل ، ويتفق مع امكانيات وتطبيقات الويب 2.0 ، ويحقق التفاعلية المباشرة بين منتج الخدمة والمستهلك او العميل . ، ويمكن تطبيق المزيج التسويقي على مقتنيات الارشيفات الوطنية لها مواقع على شبكة الويب حيث أضاف دخول الانترنت مجال التسويق كثير من المميزات التي لم تكن متاحة للمنظمات من قبل.

وفيما يلي شرح لعناصر لمزيج التسويقى للمقتنيات التراثية على شبكة الويب :-

أولا : المنتج / تطوير المنتجات product

يعد المنتج جوه — المزيج — التسويقى لعلاقتهم المباشرة والوثيقة في عملية اشباع حاجات المستفيدين ورغباتهم التي يمكن التعرف عليها من خلال القيام ببحوث التسويق ، ومن ثم تصنيع وتقديم المنتج بالخصائص والمميزات الى تتلائم مع رغبات العميل او المستفيد ، والاهتمام بالاعتبارات الأخرى التي تتعلق بالمنتج مثل التغليف والتعبئة والخدمات والتي تعتمد ايضا على ميول رغبات العميل.

إن أثر شبكة الإنترنت على المنتج تظهر من حيث ارتباط المنتجات ومواصفاتها بالمواصفات العالمية في العصر الحاضر وشبكة الإنترنت تساهم بإعطاء المعلومات عن المنتجات العالمية المنافسة ، كما أن بعض الأشخاص لا يرغبون بالتسوق من خلال تجوالهم بالأسواق لذلك فهم يفضلون الحصول على منتجاتهم من خلال الصور الحية المعروضة على المواقع المخصصة للشركات على الشبكة العنكبوتية فالعرض على شبكة الإنترنت ساهم بظهور منتجات وخدمات جديدة، الأمر الذي زاد من التنوع في المنتجات المعروضة وأصبحت عوامل التمييز والاختيار أكثر وضوحا ، كما ساهمت شبكة الانترنت فى معرفة خدمات ما بعد البيع للمنتجات واطهار المعلومات عن المنتج مما زاد الثقة فيه .

ويعد المنتج هو المجال الحيوي الثاني لاستراتيجية التسويق، وينبغي أن تشمل المبادرات الرئيسية الموقع الالكتروني للمتاحف او المكتبات والارشيفات على الانترنت ، وتطبيقات الويب التفاعلية ، إن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي هو فرصة واضحة هنا بإضافة التسجيل الصوتي ومواد الفيديو والتغذية المرتدة من المستخدمين أو الزوار على شبكة الإنترنت عبر المنتديات أو الفيسبوك . وهذا سيكون له أهميه كبيرة في بناء علاقة واضحة وفعالة مع الجمهور

هذه الأمور ستحسن من مكانة المؤسسة التراثية وخاصة بين الشباب (الجمهور الأصغر سناً)، ويجب تحسين تصنيفات محرك البحث لموقع الارشيف لزيادة فرص المترددين والمتصفحين، ويجب تحسين مواقع الخدمة لتحسين العلاقة مع الجمهور ، يجب إضافة المزيد من الصور ذات دقة مختلفة للموقع، وكذا إضافة المقالات الإخبارية النشطة، لإعادة تنشيط الموقع عمومًا.

ويوفر الويب 2.0 القدرة للمستخدمين على المشاركة بنشاط مع مجموعات الأرشيف، وذلك تعليقاً على الكتالوجات والمشاركة في منتديات النقاش وتبادل الخبرات والمشورة مع إمكانية إيجاد (عمل) حسابات المستخدمين، وقد يكون هناك

أيضا المزيد من الفرص للدراسة التسويقية (أبحاث التسويق)، والحصول على الرسائل الأساسية للمستفيدين بسرعة وبتكاليف قليلة.

ومن منظور تسويقيين المهم أن يجد المستفيدين رعاية تجاه جودة خدمة العملاء ويساعد في تفعيل ذلك استخدام نهج بسيط وثابت لتلبية احتياجاتهم لميثاق للمستفيدين من جميع مؤسسات التراث، ويجب تشجيعكم في الموقع عبر الإنترنت على نقد بآدلة قوية على التزام خدماتنا لخدمة العملاء والتي لديها بالفعل مجموعة المعايير الخاصة بها في هذا الشأن وليس هنا لنسقمعترف به.

ثانيا : التوزيع Place

ويقصد به جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل إيصال السلع والخدمات إلى المستهلكين في الوقت والمكان المناسبين وبالكمية المناسبة ولتحقيق درجة عالية من الرضي والولاء لدى المستفيدين المستهدفين وبأقل تكلفة ممكنة فالسياسات التوزيعية قد تعتمد التوزيع المباشر أو التوزيع غير المباشر أو قد تستخدم مزيجا من السياستين .

وتساعد شبكة الإنترنت على تخفيض القنوات التسويقية وتعمل على إيصال السلعة للمستهلك بالزمان والمكان المناسبين وتؤدي إلى تطبيق قاعدة من المنتج إلى المستهلك مباشر —رَقْوَ لَقَدْ بَدَا واضحا بأن التوزيع عبر شبكة الإنترنت ساهمت باختصار الكثير من قنوات التوزيع الأمر الذي انعكس على تكاليف (ابراهيم مرزوقلان ، 2010 ، ص79) الإنتاج).

أن اختصار قنوات التوزيع كان من شأنه تخفيض عدد الموظفين وهذا هو الحال في شركة أمازون لبيع الكتب بحيث أصبحت العلاقة مباشرة مع المستهلكين

فلم يعد هناك حاجة للعدد الكبير من الموظفين فى تصريف الأعمال وكذلك الحال فى هولندا حيث تم عقد 60% من صفقات بيع الورود الى الولايات المتحدة الامريكية عبر .

إن التوزيع عبر الإنترنت ساهم بإيجاد بدائل للنقل وخصوصاً عندما يكون المنتج رقمياً بحيث يتم نقلة عبر شبكة الإنترنت مباشرة أن اختصار قنوات التوزيع كان من شأنه الاستغناء عن الوسطاء، وقد أدى ذلك إلى تخفيض تكاليف الإنتاج والتوزيع، الأمر الذي ساهم بالرد على طلبات العملاء المستعجلة على مدار الساعة.

ومناًجلا لوصول إلى جمهور جديد، قد تحتاج الأرشفات لنظرية مختلفة، منها على سبيل المثال إمكانية فتح الارشيفات فى

ساعات المساء وعطلات نهاية الأسبوع، وليس بالضرورة على أساس دائم ولكن المشاريع المعنية (المحددة) مثل أنشطة التوعية هي أيضاً على الأرجح، بحكم طبيعتها تلزم المشاركة أو الأنشطة الترويجية خارج الموقع، المتطوعون وتقديم حلول لمشكلة الموارد.

ويمر توزيع الوثائق التاريخية على موقع الارشيف الأمريكى والبريطانى من خلال الطرق التالية :-

- ١ التحميل المباشر من الموقع
- ٢ إرسالها عبر البريد الإلكتروني
- ٣ إرسالها عبر البريد التقليدي
- ٤ تحميلها من خلال مواقع شركات متخصصة فى بيع المقتنيات الأثرية و التاريخية .

ويتم تحميل نسخة طبق الأصل من الوثيقة التى يرغب المستفيد فى الحصول عليها ويتم ذلك من خلال عدة طرق هى :-

١ -أما يقوم المستفيد بتحميل الوثائق مباشرة من الموقع الالكتروني للارشيف الوطنى ، مثل ما يحدث فى الارشيف الامريكى ، فعلى سبيل المثال اذا رغب المستفيد فى الحصول على احدى القضايا المدنية التابعة لسجلات المحاكم فيتم من خلال الخطوات الآتية :

الضغط على **Copies of Records** ثم **Court Records** ثم **Civil cases** وبالضغط تظهر قائمة بهذه الملفات يتم اختيار ما يتلائم مع المستفيد .

The screenshot shows the National Archives website. At the top, there is a search bar labeled 'Search Archives.gov' and a 'GO' button. Below the search bar are navigation tabs: 'Research Our Records', 'Veterans Service Records', 'Teachers' Resources', 'Our Locations', and 'Shop Online'. The main heading is 'Research Our Records'. Below this, there is a breadcrumb trail: 'Home > Research Our Records > Obtain Copies'. The left sidebar contains links for 'Research Our Records', 'Main Page', 'What's New?', 'New Accessions', 'On Our Partners' Web Sites', 'Get Started', 'Search Online', 'Online Research Tools and Aids', 'Online Catalog', 'Access to Archival Databases', 'Presidential Libraries', and 'Research in Person'. The main content area is titled 'Obtaining Copies of Records' and includes a 'Go to:' section with links for 'Order Forms' and 'Order Online'. Below this is a section 'What do You Want to Order?' with a list of record types: 'Genealogical or Family History records', 'Military Service records', 'Microfilm Rolls', 'Court Records', 'Records of the Judicial Branch', and 'Other Records'. There is also an 'Information About:' section. On the right side, there is a 'National News' section with a 'Weather Updates' alert and a 'New Accessions and Openings' link.

(شكل 1) يبين طريقة الحصول على نسخ رقمية من الوثائق التاريخية من موقع الارشيف الامريكى

بينما يختلف الارشيف الوطنى البريطانى فقد قام بالاتفاق مع شركة **My Find Past** وهى شركة عالمية متخصصة فى توصيل وتحميل كل ما له علاقة بالماضى من وثائق وصور وخرائط وطوابع وعمليات وغيره مما له قيمة تاريخية ، وتقوم هذه الشركة بتحميل الوثائق التى يختارها المستفيد مقابل الاشتراك فى موقع **My Find Past** نظير مقابل مالى .