

مضامين تقنيات التعامل مع الزبائن

1. التسويق بالعلاقة ظهر كنموذج تسويقي جديد ويعني التسويق من طرف لآخر فيتضمن قيام المنظمة بتطوير علاقه طويله الاجل مع كل زبون للوصول لمعرفه افضل عن حاجياته.

2. التسويق المباشر اصبحت متاحه بهدف استخدامها في الوصول الى الزبائن المحتملين على النحو التالي:

البيع وجها لوجه، البريد المباشر اي ارسال ماده ما. من خلال استخدام الخدمه البريديه الى الزبون، الكتالوج . ويتم توزيعه بطريقه انتقائيه للزبون على شكل كتيب او شريط فيديو او قرص كمبيوتر، اعلان الاستجابه المباشره كالاستفسارات وهو يتضمن ارقام هواتف مجانيه تظهر في التلفزة او الصحف او المجلات او الاكشاك حيث اتجهت المؤسسه الماليه الى وضع مكائن معلومات وطلبات تسمى الاكشاك توضع في المخازن، محطات، الاماكن التي يرتادها ويسهل الوصول اليها من قبل الزبائن.

التسويق على الخط من خلال انظمه الحاسوب التفاعليه حيث يتم ربط الزبون الكترونيا مع مركز البيع.

التسويق بقاعده بيانات الزبون تعرف على انها مدخل تفاعلي للتسويق يستخدم قنوات ووسائل تسويق الشخصي مثل من الهاتف والبريد

عناصر تقنيات التعامل مع الزبائن

الزبون هو الماده الاساسيه التي يجب ان تركز عليه المؤسسه الماليه والتسويق على وجه الخصوص وهنا يجب التركيز نحو بناء علاقات طويله الاجل مع الزبون لذلك تعتمد المنظمه الى قلب هرم او مخطط المنظمه التقليدي¹.

¹ إِيَاد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015، ص144.