

دراسة حالة: التسويق الخدمي في قطاع النقل بالسكك الحديدية

المقدمة

يعد النقل بالسكك الحديدية وسيلة نقل أساسية للحركة الحضرية وبين المدن. يعتمد على عنصرين رئيسيين:

1. المحطات التي تضمن استقبال وإدارة وصعود الركاب.
 2. وسائل النقل (الحديدي) (القطارات، المترو، الترام) التي تتيح للمستخدمين التنقل بسرعة وكفاءة.
- تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تطبيق الفاعلين في القطاع لعناصر المزيج التسويقي للخدمات (7 P) من أجل تحسين رضا المستخدمين وتعزيز تنافسيتهم.

I. عرض قطاع النقل بالسكك الحديدية

1. المحطات

- مواقع استراتيجية لضمان تدفق الركاب وإدارة الجداول الزمنية.
- الخدمات المتاحة: بيع التذاكر، المتاجر، مناطق الانتظار، الأمن، معلومات المسافرين.

2. وسائل النقل بالسكك الحديدية

- القطارات: تُستخدم بشكل رئيسي للمسافات الطويلة والرحلات بين المدن.
- المترو: وسيلة نقل سريعة داخل المدن (مثل مترو الجزائر).
- الترام: حل بيئي وحديث للتنقل داخل المدن (مثل ترام وهران، سيدي بلعباس).

II. تحليل عناصر المزيج التسويقي للخدمات (7 P) في قطاع النقل بالسكك الحديدية

1. المنتج (Product)

- المحطات: بنية تحتية لنقل الركاب، خدمات إضافية (متاجر، تذاكر، مواقف سيارات).
- وسائل النقل: تكرار الرحلات، سعة العربات، راحة المقاعد، الخدمات على متن القطار (Wi-Fi، التكييف).

2. السعر (Price)

- التسعير يعتمد على المسافة، نوع الخدمة (الدرجة الأولى أو الثانية)، وأوقات الذروة.
- اشتراكات للمستخدمين الدائمين، تخفيضات للطلاب، كبار السن، والعائلات.
- تسعير ديناميكي وفقًا للطلب (مثل العروض الترويجية للرحلات خارج أوقات الذروة).

3. التوزيع (Place)

- بيع التذاكر عبر الإنترنت أو في المحطات وأجهزة التوزيع الآلي.
- تطبيقات الهاتف المحمول لشراء التذاكر والاطلاع على الجداول الزمنية في الوقت الفعلي.
- شراكات مع وكالات السفر ومنصات النقل المتعدد الوسائط.

4.الترويج(Promotion)

- حملات إعلانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي.
- التوعية بالمزايا البيئية والاقتصادية للنقل بالسكك الحديدية.
- عروض ترويجية لتشجيع المستخدمين الجدد على استخدام وسائل النقل العام.

5.العنصر البشري(People)

- موظفو المحطات: استقبال وإرشاد وإدارة المسافرين.
- سائقو القطارات والمترو والترام: ضمان السلامة والدقة في المواعيد.
- أفراد الأمن وفرق الصيانة: لضمان تقديم خدمة موثوقة وأمنة.

6.العمليات(Process)

- أنظمة تذاكر آلية لتسهيل الصعود إلى القطار.
- إدارة الجداول الزمنية وصيانة البنية التحتية بفعالية.
- تطوير حلول رقمية (تطبيقات الجوال، شاشات عرض ديناميكية في الوقت الفعلي).

7.الدليل المادي(Physical Evidence)

- تحديث المحطات والمواقف لتعزيز الراحة والأمان.
- إشارات واضحة وبديهية لإرشاد المسافرين.
- تجهيز القطارات والترام بمقاعد مريحة، تكييف، Wi-Fi، ومساحات مخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة.

III.التوصيات والمقترحات

1.تحسين البنية التحتية وتجربة المستخدم

- تطوير محطات أكثر حداثة بخدمات إضافية (مطاعم، متاجر، مناطق استراحة).
- دمج تقنيات ذكية (شاشات معلومات في الوقت الفعلي، أكشاك تفاعلية).

2.تحسين إدارة تدفق الركاب

- زيادة عدد الرحلات خلال ساعات الذروة.
- تطبيق نظام تذاكر إلكترونية وبوابات تحقق سريعة.

3.استراتيجيات الولاء والتواصل

- تطوير اشتراكات مرنة تتناسب مع مختلف شرائح المستخدمين.
- حملات توعوية حول التأثير البيئي الإيجابي لاستخدام النقل بالسكك الحديدية.