

# مبادئ تسويق الخدمات

الأستاذ الدكتور  
هاني حامد الضمور  
أستاذ التسويق والتسويق الدولي  
الجامعة الأردنية



# مبادئ تسويق الخدمات

الأستاذ الدكتور

**هاني حامد الضمور**

أستاذ التسويق والتسويق الدولي

الجامعة الأردنية



الطبعة الاولى

2021

رقم الايداع لدى دائرة المكتبة الوطنية : (2020/2/716)

الضمور ، هاني حامد

مبادئ تسويق الخدمات / هاني حامد الضمور . - عمان ، دار وائل ، 2020.

(333) ص

ر.إ. : (2020/2/716)

الواصفات: / التسويق // الخدمات // دراسات السوق // الادارة /

\* يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

\*\*\*\*\*

رقم التصنيف العشري / ديوي : 658.8  
(ردمك) 4 - ISBN 978-9957-91-723-

\* مبادئ تسويق الخدمات

\* الأستاذ الدكتور هاني حامد الضمور

\* الطبعة الأولى 2021

\* جميع الحقوق محفوظة للناشر



## دار وائل للنشر والتوزيع

\* الأردن - عمان - شارع الجمعية العلمية الملكية - مبنى الجامعة الاردنية الاستثماري رقم (2) الطابق الثاني  
هاتف : 00962-6-5338410 - فاكس : 00962-6-5331661 - ص. ب (1615 - الجبيهة)

[www.darwael.com](http://www.darwael.com)

E-Mail: [Wael@Darwael.Com](mailto:Wael@Darwael.Com)

جميع الحقوق محفوظة، لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله أو إستنساخه بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من الناشر.

All rights reserved. No Part of this book may be reproduced, or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without the prior permission in writing of the publisher.

## طبعة اولى

تاتي هذ الطبعة الجديدة المبسطة من مبادئ تسويق الخدمات من قبل المؤلف لكي يسهل على الطلبة التعرف على مفهوم التسويق في مجال الخدمات وواجه الشبة والاختلاف بين تسويق الخدمات وتسويق السلع، والتحديات والعوامل التي ادت الى تطوير التسويق في مجال الخدمات. كما يتناول الكتاب عناصر المزيج التسويقي الخدمي السبعة مع بعض الامثلة والتطبيقات.

## المحتويات

الموضوع	الصفحة
*****	
الجزء الأول: ماهية تسويق الخدمات .....	15
الفصل الأول: مقدمة في الخدمات.....	17
- تمهيد .....	19
- التعريف بالخدمات.....	20
- الخصائص الرئيسية للخدمات .....	20
- تصنيف الخدمات وأهميتها .....	26
- الملخص .....	30
- أهم المصطلحات .....	31
- أسئلة وتطبيقات .....	32
- حالة للتسويق العملي .....	32
- تطبيقات على الانترنت.....	32
الفصل الثاني: مكانة التسويق في مؤسسات الخدمات.....	33
- تمهيد.....	35
- مفهوم التسويق .....	35
- الأركان الأساسية لمفهوم التسويق.....	41
- مكانة التسويق في قطاع الخدمات.....	43
- المزيج التسويقي للخدمات .....	51
- عناصر المزيج التسويقي للخدمات.....	52

56	- الملخص .....
57	- أهم المصطلحات .....
58	- أسئلة وتطبيقات.....
59	- حالة للتسويق العملي .....
59	- تطبيقات على الانترنت.....
61	<b>الفصل الثالث: سلوك المشتري للخدمات .....</b>
63	- تمهيد.....
64	- مقارنة بين السلوك الشرائي للخدمات والسلوك الشرائي للسلع .....
68	- الخيارات المتاحة من الخدمات للمشتريين .....
71	- دوافع الشراء والحاجات للخدمات .....
75	- العوامل النفسية وقرار الشراء للخدمات .....
79	- العوامل الاجتماعية وقرار شراء الخدمات.....
82	- الملخص .....
83	- أهم المصطلحات .....
84	- أسئلة وتطبيقات.....
84	- حالة للتسويق العملي .....
85	- تطبيقات على الانترنت.....
87	<b>الجزء الثاني: قرارات المزيج التسويقي.....</b>
89	<b>الفصل الأول: الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية .....</b>
91	- تمهيد.....
92	- مفهوم حزمة الخدمة .....
93	- تصنيف الخدمات التكميلية .....

105	- تحويل الخدمات التكميلية الى خدمات أساسية .....
107	- الملخص .....
108	- أهم المصطلحات .....
108	- أسئلة وتمارين .....
109	- حالة للتسويق العملي.....
109	- تطبيقات على الانترنت .....
111	<b>الفصل الثاني: الابتكار وتطوير الخدمات الجديدة.....</b>
113	- تمهيد.....
113	- تطوير الخدمة (العرض) الجديدة.....
116	- ابتكار وتطوير الخدمات الجديدة.....
118	- مراحل تطوير وابتكار الخدمة الجديدة.....
127	- البدء بتقديم المنتج الجديد .....
133	- تبني الاختراعات.....
140	- الملخص .....
141	- أهم المصطلحات .....
143	- أسئلة وتطبيقات .....
144	- حالة للتسويق العملي.....
144	- تطبيقات على الانترنت .....
145	<b>الفصل الثالث: قرارات وسياسات التسعير للخدمات .....</b>
147	- تمهيد.....
148	- تأثير خصائص الخدمات على تسعيرها .....
150	- الأهداف الاستراتيجية التسعيرية وأنواع المؤسسات .....
153	- التسعير والاستراتيجية التسويقية.....

157	- طرق تسعير الخدمات.....
160	- السياسات والتكتيكات السعيرية للخدمات .....
166	- تطبيق استراتيجيات تسعير الخدمات .....
168	- الملخص .....
169	- أهم المصطلحات .....
170	- أسئلة وتطبيقات .....
171	- حالة للتسويق العملي .....
171	- تطبيقات على الانترنت .....
173	<b>الفصل الرابع: قرارات وسياسات الاتصال الترويجي.....</b>
175	- تمهيد.....
176	- عملية الاتصال الترويجي .....
178	- أهداف الترويج.....
180	- جوانب الاختلافات في ترويج الخدمات.....
183	- المزيج الترويجي والخدمات.....
190	- توجيهات عامة لتحسين فعالية ترويج الخدمات .....
204	- الملخص .....
205	- أهم المصطلحات .....
206	- أسئلة وتطبيقات .....
207	- حالة للتسويق العملي .....
207	- تطبيقات على الانترنت.....



<b>الفصل الخامس: قرارات وسياسات التوزيع</b>	<b>209</b>
- تمهيد	211
- هيكل توزيع الخدمات وتركيبه	211
- طرق توزيع الخدمات	214
- أهداف التوزيع	217
- بدائل استراتيجيات التوزيع	219
- العلاقة بين الاستراتيجية العامة واستراتيجية التوزيع	224
- اختيار الموقع	226
- الجو الشعوري للمحل	231
- الابتكارات والتطويرات الجديدة في التوزيع الخدمي	232
- الملخص	238
- أهم المصطلحات	239
- أسئلة وتطبيقات	240
- حالة للتسويق العملي	241
- تطبيقات على الانترنت	241
<b>الفصل السادس: الجمهور والخدمات</b>	<b>243</b>
- تمهيد	245
- دور العاملين في تسويق الخدمات	246
- دور العاملين في المؤسسات ذات الاتصال العالي والمؤسسات ذات	
الاتصال المنخفض	247
- دور العملاء في تسويق الخدمات	262
- استراتيجيات إدارة العملاء	264
- الملخص	275

276	- أهم المصطلحات .....
277	- أسئلة وتطبيقات .....
278	- حالة للتسويق العملي .....
278	- تطبيقات على الانترنت.....
279	<b>الفصل السابع: الدليل المادي والخدمات .....</b>
281	- تمهيد .....
282	- دور الدليل المادي في تسويق الخدمات .....
283	- إدارة الدليل المادي.....
287	- تصميم البيئة المادية للخدمة .....
289	- خلق البيئة المثالية .....
290	- العوامل المؤثرة على الصورة المدركة.....
298	- الملخص .....
299	- أهم المصطلحات .....
300	- أسئلة وتطبيقات .....
301	- حالة للتسويق العملي .....
302	- تطبيقات على الانترنت .....
303	<b>الفصل الثامن: العمليات والخدمات.....</b>
305	- تمهيد .....
306	- الطبيعة الديناميكية لعملية الخدمة.....
308	- تطوير الخرائط ونماذج التصميم والرسوم البيانية والهندسية.....
312	- اعادة تصميم الخدمة.....
315	- أهمية التوازن بين نظام التسويق ونظام عمليات الخدمة.....

- عملية تنفيذ النماذج الفعالة للخدمات ..... 317
- الحلول المقترحة لمشاكل إدارة تشغيل الخدمات ..... 318
- فن النماذج او التصميمات (برامج العمل) المخططات ..... 325
- الملخص ..... 328
- أهم المصطلحات ..... 329
- أسئلة وتطبيقات ..... 330
- حالة للتسويق العملي ..... 331
- تطبيقات على الانترنت ..... 331
- المراجع ..... 332