

السنة الثانية ماستر

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

المقياس : التسويق الالكتروني الفندقي والسياحي – زيادة وسيلة-

الإجابة النموذجية:

الجواب الأول: مفاتيح قياس فعالية المواقع التي يوفرها جوجل مجانا هي

- عدد الزيارات
- عدد الصفحات التي تم التطلع عليها
- الصفحات الأكثر والاقبل تطلعا عليها
- مسار التصفح
- الكلمات المفتاحية المستعملة في البحث
- الأجهزة المستعملة للتطلع على الموقع
- الاحصائيات الانية للتصفح

الجواب الثاني: يتم تحسين محركات البحث لتحسين مرئية وتموقع الموقع الالكتروني للمؤسسة على صفحات النتائج لمحركات البحث يتم هذا اعتمادا على الكلمات المفتاحية وتحسين تجربة المتصفح على الموقع.

الجواب الثالث: يتم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق عبر الصفحات الرسمية، صفحات المؤثرين، الروابط الممولة والصفحات التجارية.

الخطوات الواجب اتباعها لانشاء رابط ممول عبر الفايسبوك

- اختيار المنشور الموعوب في تمويله
- اختيار الهدف من الاشهار
- اختيار الفئة المستهدفة (السن الإقامة و مراكز الاهتمام)
- تحديد مدة تمويل الرابط وتاريخ انطلاقه
- تحديد الميزانية المخصصة لهذه العملية

امتحان الاعمال الموجهة: (الافواج 1 و2 و3)

قام فندق الاوراسي بحملة تسويقية الكترونية دامت 20 يوم تحصلت من خلالها على 500000 زيارة جديدة على موقعها وعلى 950000 مشترك جديد على صفحة الفايسبوك.

طيلة مدة الحملة تم ظهور الاشهار 65000000 مرة على موقع المؤسسة المعلنة "خرجة" التي اقترحت للفندق القيام بالحملة الاشهارية مقابل سعر 1500 دج/1000 ظهور

اذا علمت ان الهدف من الاشهار هو تنشيط المبيعات عبر الموقع وان فندق الاوراسي تحصل على 2512 حجز في هذه الفترة، وان 65% من الحجوزات كانت عبر صفحة الفايسبوك. أحسب:

(1) نسبة النقر على الاشهار 0.07%

(2) التكلفة الاجمالية للحملة 97500000 دج

(3) تكلفة الاشهار لكل حجز تحصلت عليه المؤسسة 11092 دج