

جامعة ميد أوشن

Coca-Cola تقييم برنامج الاتصالات التسويقية المتكاملة لشركة

إعداد: لمى الأخرس

الرقم الجامعي: 233001717

الدكتور: عقبة الصباغ

المقدمة

تعد الاتصالات التسويقية المتكاملة من أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسات لبناء صورة ذهنية قوية وتحقيق التواصل الفعال مع الجمهور. وتعد شركة كوكاكولا من أبرز الشركات التي نجحت في توظيف الإعلان والتسويق الرقمي والعلاقات العامة والرعاية والحملات التفاعلية ضمن رسالة تسويقية موحدة.

تحليل الجمهور المستهدف

تستهدف كوكاكولا الشباب والعائلات والأطفال ومحبي الرياضة. ويركز جمهورها على المناسبات الاجتماعية والترفيه ويستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بكثرة، لذلك تصمم الشركة رسائلها بما يعزز السعادة والمشاركة.

تحليل الهوية الاتصالية

ترتكز هوية كوكاكولا على اللون الأحمر والشعار العالمي ورسائل السعادة والتفاؤل والصداقة، مما ساهم في بناء علامة تجارية قوية يسهل تمييزها.

تقييم عناصر الاتصالات التسويقية

تعتمد الشركة على الإعلان التقليدي والرقمي، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والعلاقات العامة، ورعاية الفعاليات. وتتكامل هذه العناصر لتقديم رسالة واحدة وتعزيز ولاء العملاء، Share a Coke العالمية، والحملات التفاعلية مثل.

التقييم النهائي

من أهم نقاط القوة التكامل بين أدوات الاتصال، والانتشار العالمي، والإبداع في الحملات. أما أبرز التحديات فتتمثل في المنافسة والاهتمام المتزايد بالصحة. ويوصى بتوسيع الحملات الخاصة بالمنتجات الصحية والاستدامة.

الخاتمة

أثبتت كوكاكولا نجاحاً كبيراً في تطبيق مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة، وأسهم ذلك في تعزيز صورتها الذهنية وتحقيق تواصل فعال ومستدام مع جمهورها.

المراجع

1. Coca-Cola الموقع الرسمي لشركة.
2. MKT325 مواد المقرر.