

التكليف العملي الأول

عنوان التكليف:

تقييم برنامج الاتصالات التسويقية المتكاملة لشركة Coca-Cola
موقع الشركة: <https://www.coca-colacompany.com>

الهدف:

يهدف هذا التكليف إلى تمكين الطالب من فهم مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة، وتحليل كيفية توظيف شركة كوكاكولا لعناصر المزيج الاتصالي المختلفة في بناء صورة ذهنية قوية وتعزيز علاقتها مع المستهلكين، إضافة إلى تنمية مهارات التقييم والتحليل النقدي لدى الطالب.

الحالة التطبيقية:

تُعد شركة كوكاكولا من أكثر العلامات التجارية العالمية استخدامًا لاستراتيجيات الاتصالات التسويقية المتكاملة، حيث تعتمد على توحيد الرسائل التسويقية عبر مختلف القنوات الاتصالية بهدف بناء ارتباط عاطفي مع الجمهور وتعزيز ولاء العملاء.

وتستخدم الشركة مجموعة متنوعة من أدوات الاتصال التسويقي، من أبرزها:

- الإعلانات التلفزيونية والرقمية .
- الحملات الإبداعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي .
- الرعاية Sponsorship للفعاليات الرياضية والفنية العالمية .
- التسويق بالمؤثرين .
- العلاقات العامة .
- الحملات الموسمية المرتبطة بالمناسبات .
- تصميم العبوات والعلامة البصرية .
- الحملات التفاعلية مثل حملة "Share a Coke".

وتركّز الرسائل التسويقية للشركة على مفاهيم مثل:

- السعادة .
- المشاركة .
- الصداقة .
- التجارب الجماعية .
- الطاقة الإيجابية .

كما تحرص الشركة على توحيد هويتها البصرية ورسائلها الاتصالية في مختلف الأسواق العالمية مع إجراء تعديلات بسيطة تتناسب مع الخصوصية الثقافية لكل مجتمع.

المطلوب من الطالب:

بعد قراءة الحالة السابقة وتحليلها، يُطلب من الطالب إعداد تقرير أكاديمي يتضمن ما يلي:

تحليل الجمهور المستهدف

- من هي الفئات التي تستهدفها شركة كوكاكولا؟
- ما الخصائص السلوكية أو الاجتماعية التي تعتمد عليها الشركة في جذب العملاء؟

تحليل الهوية الاتصالية للعلامة التجارية

- ما الصورة الذهنية التي تسعى الشركة إلى ترسيخها؟
- ما القيم التي تركز عليها رسائلها التسويقية؟

تقييم عناصر الاتصالات التسويقية المستخدمة

يقوم الطالب بتحليل فعالية العناصر التالية:

- الإعلان .
- التسويق الرقمي .
- العلاقات العامة .
- الرعاية .
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي .
- الحملات التفاعلية .

مع توضيح:

- دور كل عنصر .
- مدى تكامله مع بقية العناصر .
- مدى مساهمته في تحقيق أهداف الشركة .

التقييم النهائي

يقدم الطالب تقييمًا عامًا لبرنامج الاتصالات التسويقية المتكاملة الخاص بالشركة من حيث:

- نقاط القوة .
- نقاط الضعف .
- عوامل النجاح .
- اقتراحات تطويرية مستقبلية .

تعليمات إعداد التكليف:

- يكتب التقرير بأسلوب أكاديمي واضح ومنظم .
- يمكن دعم التقرير بصور أو أمثلة من الحملات التسويقية .
- يسلم بصيغة PDF.