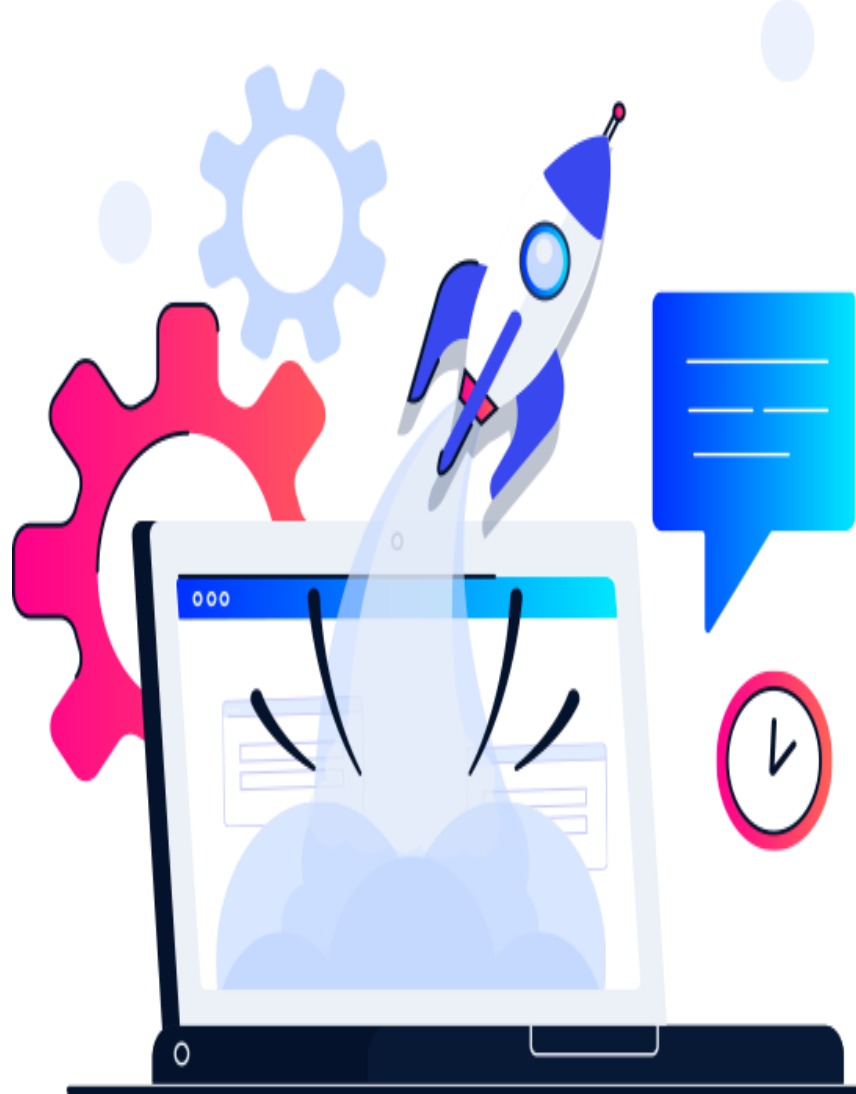


قوانين واخلاقيات الاعلان والتسويق

اعداد الدكتور هبة زياد

المحاضرة الاولى





المحاور الرئيسية

- ماهو التسويق الاخلاقي
- مبادئ التسويق الاخلاقي
- أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل
- كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح
- تحديات الشفافية
- افضل الممارسات للحفاظ على الشفافية والممارسات الاخلاقية
- مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا ستستمر الشفافية في المهمة
- دراسات الحالة: أمثلة على الشركات ذات الممارسات التجارية الشفافة وغير الشفافة
- تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية

ما هو التسويق الأخلاقي

التسويق الأخلاقي هي استراتيجية العمل التي تشير إلى التزام المسوق بأنشطة التسويق مع مبادئ الأخلاق الأساسية، كالصدق والتواضع والنزاهة أو الالتزام بمبادئ التجارة العادلة. كما يخلق علاقات طويلة الأمد بين العلامة التجارية والعملاء بناءً على الأهداف والقيم المشتركة. وليس له إرشادات صارمة. ويرتبط بمعاملة العمال الجيدة، واستخدام مواد مناسبة من الناحية البيئية والاجتماعية. كما يوجد عيوباً ومزايا عدة للتسويق الأخلاقي، وتتوفر إعلانات غير أخلاقية، إذ تستخدم شركات عديدة هذه الإعلانات للتنافس فيما بينها.

كما تسعى الشركات إلى تطوير علامتها التجارية، وتحسين علاقتها مع العملاء، لذلك يسبب اتباع الإعلانات الأخلاقية زيادة ثقة العملاء بالشركة، وجودة المنتج، وينعكس على بنيتها بشكل إيجابي. ولا يمكن القول إن هذه شركة غير أخلاقية وشركة أخلاقية، إذ تتصرف الكثير من الشركات بطريقة أخلاقية في أحد إعلاناتها، وأحيانًا تتبع إعلان غير أخلاقي.

يعد التسويق جزءًا أساسيًا من الأعمال التجارية، إذ يجب أن يحافظ على أخلاقيات محددة عبر اتباع عدة مبادئ توجيهية، وهي كما يلي:

الشفافية: يجب أن تكون شفافًا حول تفاصيل المنتج أو الخدمة؛ لتكسب أكبر عدد من العملاء.

الأمانة: هي أحد مبادئ التسويق الأخلاقي الواضحة والمباشرة، والتي تساهم في جذب العملاء على المدى الطويل.

النزاهة: هي أساس التسويق الأخلاقي، فلا بد من التمسك بالنزاهة؛ لكي تكون مسؤولًا تسويقيًا لائقًا.

الوعد: من المهم الوفاء بالوعود للعملاء أو المستثمرين، لأنها تنعكس إيجابيًا على عملك.



الوفاء: عندما يختار العملاء خدماتك أو منتجك بدلاً من الخيارات المتاحة في السوق، فإنه يجب أن تبادلهم نفس الشعور عبر أساليب تسويقية صحيحة.

الالتزام بالاستدامة: إذ تتمثل مسؤوليتك كمُسوق بالصدق في استخدام مكونات الإنتاج، واختيار المسار الأكثر استدامة.

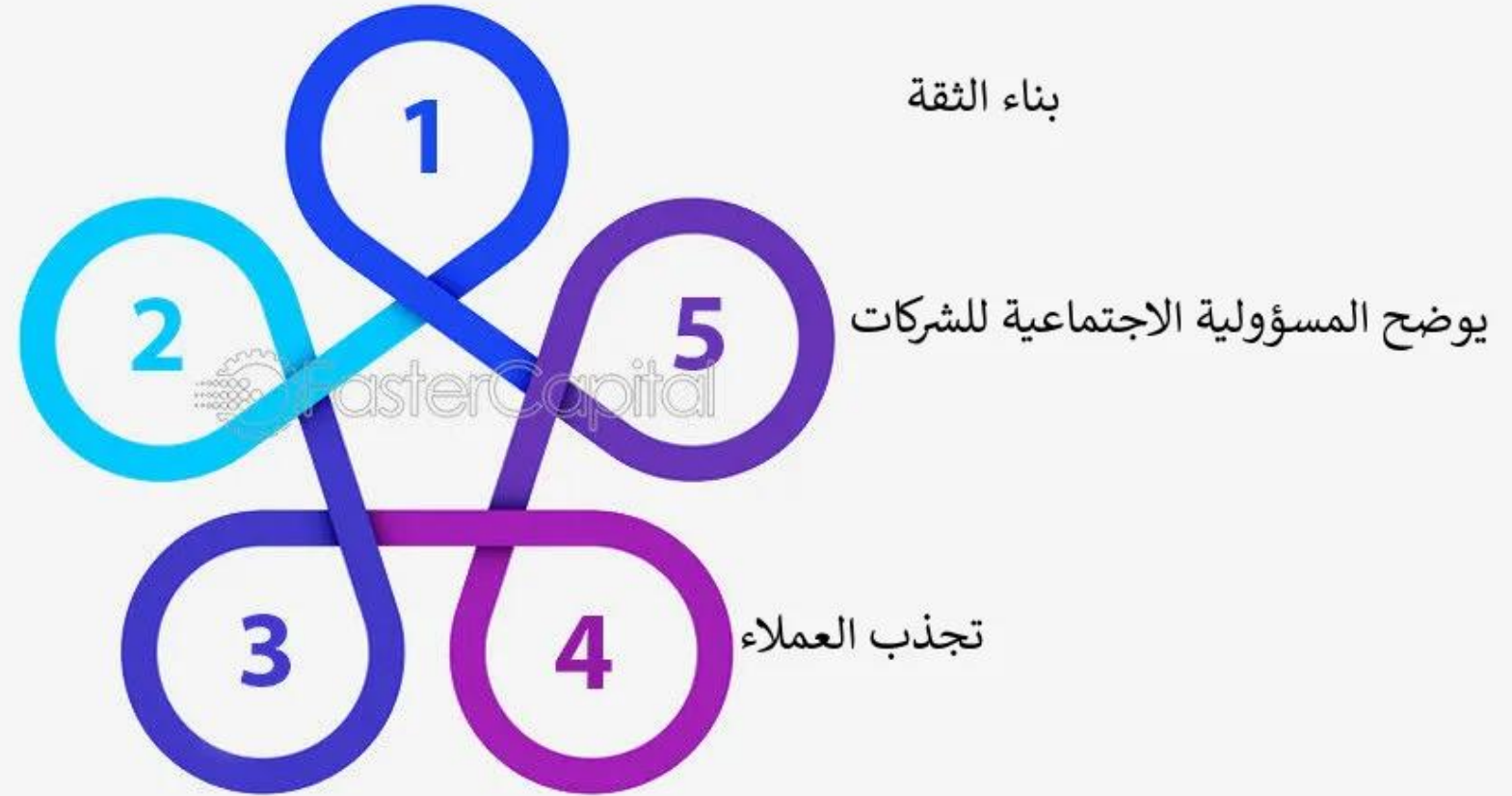
التعاطف: مساعدة العملاء عبر استقبال الشكاوى والاستفسارات، أو تقديم خدمة ما بعد البيع.

عدم المبالغة: إذ يجب التّسويق للمنتج دون مبالغة، بحيث لا يبدو وكأنه أكثر مما هو عليه في الواقع.

وعدم إجراء مقارنات خاطئة: يتعلق التّسويق بالتواصل مع العميل لتحسين المنتج، فالمقارنات الخاطئة

غير أخلاقية. حيث يجب الاستفادة من عيوب المنافس لتحسين المنتج.

أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل



أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل

في عالم الأعمال، تعد الشفافية عنصراً أساسياً في أخلاقيات العمل. الشفافية هي ممارسة الانفتاح والصادقة بشأن الإجراءات والقرارات التي اتخذتها الشركة. يسمح لأصحاب المصلحة، بما في ذلك العملاء والموظفين والمساهمين والجمهور، بالثقة في أن الشركة تعمل أخلاقياً ومسؤولية.

ماذا يعني في سياق العمل

في جوهرها، الشفافية تعني الانفتاح والصدق. وهذا يعني أن تكون مقدماً بشأن ممارسات عملك، والبيانات المالية، وعمليات صنع القرار. يتعلق الأمر بالمساءلة أمام أصحاب المصلحة الخاص بك وبناء الثقة معهم. من وجهة نظر المستهلك، فإن الشفافية تدور حول القدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن المنتجات والخدمات التي يشترونها. من وجهة نظر الموظف، فإن الشفافية تدور حول الشعور بالتقدير والثقة من قبل صاحب العمل. من وجهة نظر المساهم، فإن الشفافية تدور حول القدرة على اتخاذ قرارات استثمار مستنيرة.

ماذا يعني في سياق العمل



لماذا من الجيد للعمل

زيادة الثقة

1

تحسين التواصل

2

أفضل لاتخاذ القرارات

3

أمثلة على الشفافية

4



عواقب إخفاء المعلومات



الشفافية هي عنصر أساسي في أخلاقيات العمل. إنه مفهوم بسيط يشير إلى الانفتاح والصدق والمساءلة في الممارسات التجارية. الشفافية أمر بالغ الأهمية لأنها تعزز الثقة والثقة في العلاقات التجارية، مما يؤدي إلى تحسين اتخاذ القرارات، وتحسين النتائج، ومستويات أعلى من رضا العملاء. ومع ذلك، يمكن أن يكون لقلّة الشفافية عواقب وخيمة على الشركات، بما في ذلك الأضرار السمعة، والعواقب القانونية، وفقدان الثقة من العملاء وأصحاب المصلحة. يمكن أن يؤدي إخفاء المعلومات من أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والمساهمين والعملاء، إلى العديد من المشكلات، بما في ذلك انخفاض الروح المعنوية، وزيادة معدل دورانها، وانخفاض الإنتاجية.

Zappos for
good



Zappos®
Goods
for Good

مثال شركة Zappos، تاجر تجزئة للأحذية والملابس عبر الإنترنت. لدى Zappos ثقافة قوية من الشفافية، وقد نفذت عدداً من المبادرات لتعزيز الاتصالات المفتوحة والتعاون داخل الشركة. على سبيل المثال، لدى Zappos سياسة الباب المفتوح التي تشجع الموظفين على مشاركة أفكارهم وتعليقاتهم مع القيادة العليا، كما أنها تستخدم شبكة اجتماعية داخلية لتسهيل التواصل والتعاون بين الموظفين.

كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح

1. تطوير مدونة أخلاقية: مدونة الأخلاقيات هي مجموعة من الإرشادات التي تحدد القيم والمبادئ التي توجه سلوك المؤسسة.
2. إنشاء قنوات اتصال مفتوحة: قنوات الاتصال المفتوحة ضرورية لإنشاء ثقافة الشفافية.
3. احتضان التكنولوجيا: يمكن أن تكون التكنولوجيا أداة قوية لتحقيق الشفافية.
4. تعزيز ثقافة الثقة: يجب أن تخلق الشركات بيئة يشعر فيها الموظفون بالراحة في التحدث عن المخاوف الأخلاقية وإبلاغ سوء السلوك.

تحديات الشفافية: التغلب على الحواجز أمام الانفتاح



الشفافية هي جانب حاسم في أخلاقيات العمل، ومن الضروري الحفاظ عليها لبناء الثقة والمصداقية بين أصحاب المصلحة. ومع ذلك، قد تكون الشفافية أمراً صعباً، وقد تواجه الشركات عدة حواجز تعيق جهودها لتكون أكثر شفافية. يعد التغلب على هذه الحواجز أمراً حيوياً لضمان الشفافية وبناء علاقة صحية مع أصحاب المصلحة.

تحديات الشفافية والطرق الفعالة للتغلب عليها.

➤ **قلة الثقة:** واحدة من أهم الحواجز التي تحول دون الشفافية

هي نقص الثقة.

➤ **الخوف من الآثار القانونية**

➤ **قلة الموارد:** أن تكون شفافاً يتطلب موارد كبيرة، بما في

ذلك الوقت والمال والموظفين



تحديات الشفافية والطرق الفعالة للتغلب عليها.



➤ **تعقيد المعلومات:** يمكن أن تكون الشفافية صعبة أيضاً بسبب

تعقيد المعلومات

➤ **مقاومة التغيير:** أخيراً، قد تواجه الشركات مقاومة للتغيير

عند محاولة أن تكون أكثر شفافية. قد يكون الموظفون مقاوماً

للسياسات أو الإجراءات الجديدة التي تتطلب المزيد من

الشفافية، مما يجعل تنفيذها تحدياً.



التواصل:

يعد التواصل المفتوح مع أصحاب المصلحة جانباً مهماً في الحفاظ على الشفافية والممارسات الأخلاقية. تحتاج الشركات إلى إنشاء قنوات اتصال واضحة مع عملائها والموظفين والشركاء. يمكن القيام بذلك من خلال النشرات الإخبارية العادية أو تحديثات وسائل التواصل الاجتماعي أو اجتماعات وجهاً لوجه.

المساءلة:

إن محاسبة نفسه عن السلوك الأخلاقي هو ممارسة مهمة أخرى. هذا يعني أن الشركات بحاجة إلى إنشاء إرشادات ومعايير واضحة للسلوك الأخلاقي ومساءلة نفسها عندما لا يتم الوفاء بهذه المعايير.





التدريب:

التدريب على الموظفين هو عنصر رئيسي في الحفاظ على الممارسات الأخلاقية. يجب على الشركات تقديم تدريب منتظم على السلوك الأخلاقي وتشجيع الموظفين على التحدث إذا لاحظوا أي انتهاكات. من خلال القيام بذلك، يشعر الموظفون بالقلق من العمل كسفراء أخلاقيين للشركة.

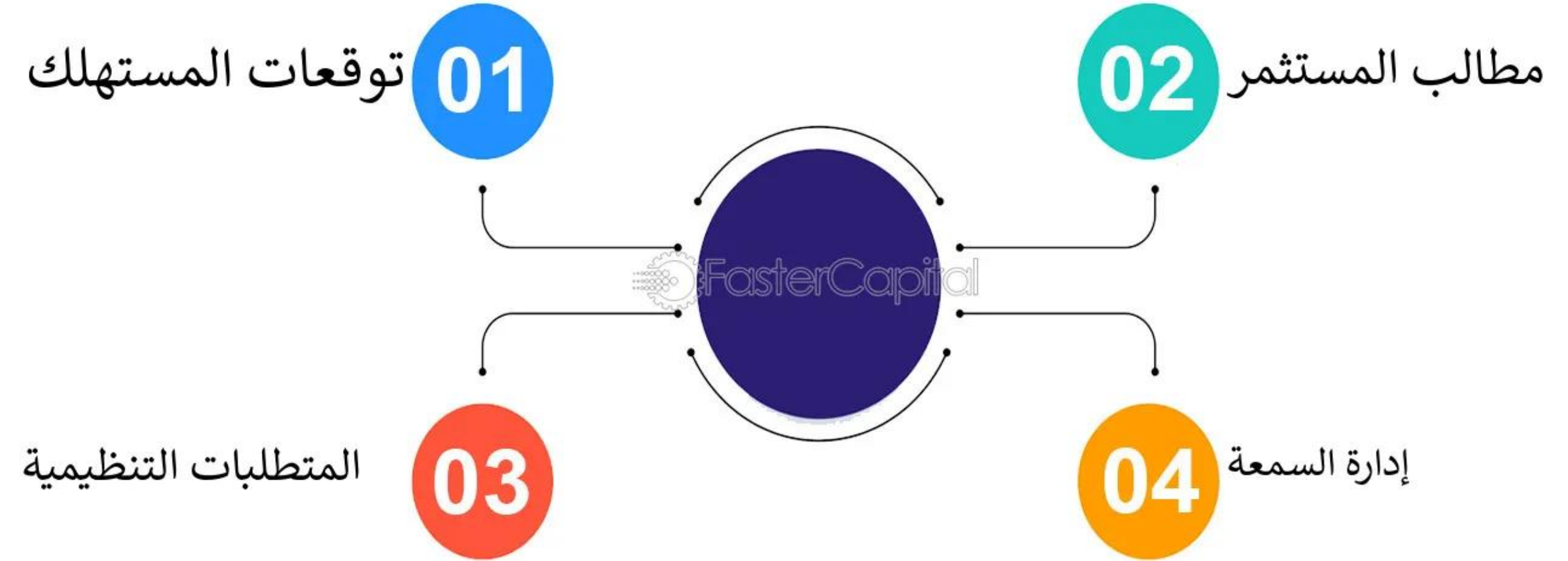
القياس:

من المهم أيضاً إنشاء مقاييس لقياس فعالية الممارسات الأخلاقية. من خلال قياس نجاحات وفشل الممارسات الأخلاقية، يمكن للشركات تقييم فعاليتها وإجراء التغييرات اللازمة.

مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا ستستمر الشفافية في المهمة



مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا ستستمر الشفافية في المهمة





توقعات المستهلك: أصبح المستهلكون يدركون بشكل متزايد تأثير قرارات الشراء الخاصة بهم. إنهم يريدون أن يعرفوا من أين تأتي منتجاتهم، وكيف يتم صنعها

مطالب المستثمر: يبحث المستثمرون أيضاً عن شركات شفافة. إنهم يريدون أن يعرفوا أن الشركات التي تستثمر فيها هي أخلاقية ومستدامة.

المتطلبات التنظيمية: تلعب الحكومات أيضاً دوراً في دفع الشفافية. قامت العديد من البلدان بتنفيذ اللوائح التي تتطلب من الشركات الكشف عن معلومات معينة حول ممارساتها.

إدارة السمعة: أخيراً، الشفافية ضرورية لإدارة السمعة. الشركات الشفافة حول ممارساتها أقل عرضة لمواجهة الأضرار السمعة في حالة حدوث فضيحة.

دراسات الحالة: أمثلة على الشركات ذات الممارسات التجارية الشفافة وغير الشفافة







TESLA

تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية

سهلت وسائل التواصل الاجتماعي على المستهلكين التعبير عن آرائهم حول منتجات وخدمات الشركة

01

لقد جعلت أدوات تحليل البيانات من الأسهل على الشركات تتبع ممارساتها الخاصة وتحديد المناطق التي قد تكون فيها قصيرة

02

جعلت التكنولوجيا أيضاً من الأسهل على الشركات التواصل مع أصحاب المصلحة وأن تكون أكثر شفافية في تعاملها

03

أدى استخدام التكنولوجيا المتزايدة أيضاً إلى إثارة مخاوف بشأن خصوصية البيانات والأمن

04

تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية

□ سهلت وسائل التواصل الاجتماعي على المستهلكين التعبير عن آرائهم حول منتجات وخدمات الشركة. لقد جعل هذا الضغط على الشركات أكثر شفافية في ممارساتها ومعالجة أي مخاوف تثير علناً.

□ لقد جعلت أدوات تحليل البيانات من الأسهل على الشركات تتبع ممارساتها الخاصة وتحديد المناطق التي قد تكون فيها قصيرة

□ جعلت التكنولوجيا أيضاً من الأسهل على الشركات التواصل مع أصحاب المصلحة وأن تكون أكثر شفافية في تعاملها.

□ أدى استخدام التكنولوجيا المتزايدة أيضاً إلى إثارة مخاوف بشأن خصوصية البيانات والأمن



الخاتمة

- ماهو التسويق الاخلاقي
- مبادئ التسويق الاخلاقي
- أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل
- كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح
- تحديات الشفافية
- افضل الممارسات للحفاظ على الشفافية والممارسات الاخلاقية
- مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا ستستمر الشفافية في المهمة
- دراسات الحالة: أمثلة على الشركات ذات الممارسات التجارية الشفافة وغير الشفافة
- تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

