**((التوزيع والاتصال في شركات السياحة والسفر ))**

* **معالجة سياسية الاتصالات في المؤسسات السياحية ووكلاء السفر**

**يمكن تقسيم هذه المعالجة الى مايلي :**

**اولا : الاعلان والدعاية والتنشيط : وهي رئيسية يتم تصميمها لجذب عملاء مرتقبين ، ويفرع هذا الى مايلي**

**1ـ الاعلان : وهو شراء مكان او وقت لترويج منتج معين ، كما ان الاعلان وسيلة مدفوعة ولها استخدامات منها**

**ـ ابلاغ**

**ـ تذكر**

**ـ الحث**

**وهناك نوعين من الاعلان منها :**

**1ـ الاعلان التوجيهي وهو الذي يمكن من الحصول على المنتج**

**2ـ الاعلان البيعي وهو الذي يؤكد السلعه او المنتج الذي ينبغي شراؤه**

**يمكن ان يحقق الاعلان اثرا او لا يحقق اثرا في عمليه المبيعات الا انه يسهم في**

**خلق الصوره الذهنيه او تمهيد الطريق للمستقبل و من اهم اسهاماته في رفع كفاءة**

**الاعلان ما يلي :**

**أـ اختيار عنوان المؤثر**

**ب ـ التصميم الجذاب الذي يخطف البصر**

**جـ ـ تكرار الاعلان حيث ظهر ان الاعلان مرة واحدة غير المنتج**

**د ـ مكان وضع الاعلان والكلمه التي يتضمنها له تأثير في عدد القراء**

**2ـ الدعاية والبيع الشخصي : ان اهمية البيع الشخصي يرجع الى الاتصال المباشر بين البائع والمشتري**

**3ـ النشرات السياحية : تصدرت اغلب المؤسسات الرسميه والمكاتب السياحيه والسفر الحكوميه اشكال مختلفه مزوده بالصور الملونة عن الدولة او الجهة السياحية التي يتم الترويج السياحي لها ، وعلى هذا تعتبر النشرة اداة اعلامية ومادة معاونة للذين يعملون في بيع الخدمات السياحية**

**4ـ الخطابات السياحيه : وتعتبر اداة اتصال فعالة خاصه اذا وضعت في المظروف الجيد والذي يحمل عنوانا شخصيا ، وبشكل عام فان الطلب في الخطاب الجيد يتضمن ما يأتي:**

**أـ اثارة الاهتمام**

**ب ـ اثارة الانتباه**

**ج ـ خلق الرغبة**

**د ـ الفعل**

**5ـ لافتات الطريق : يمكن ان تنتقل الوسيلة الاعلانية للرسالة الى راكبي السيارات المادة بواسطة لافتات الطريق وتشمل اسس محددة من حيث الحجم للحروف المستخدمة وعدد الكلمات مع مراعاة سرعة السيارات**

**6ـ الدعاية والعلاقات العامة: ان الدعاية تحصل على مساحه او فتره زمنية في وسائل الاعلان مجانا لهذة الاهمية تنفق اغلب المؤسسات السياحية مبالغ كبيرة للحصول على دعاية مجانية اما ادارة العلاقات العامه تتولى هذة المهمه وتبذل نشاطها في الحصول على تغطية في وسائل الاعلام ضمن برامج الاخبار او البرنامج الاخر**

**الترويج والتنشيط للمبيعات : من اهم الانشطه التي تدفع العميل لشراء المنتج منها:**

**1ـ المعارض**

**2ـ العروض السياحية**

**3ـ الجهود البيعية غير الروتينية**