



SAUDI LAW CONFERENCE
المؤتمر السعودي للقانون

UNDER THE THEME OF: REINFORCING A SUSTAINABLE
AND INCLUSIVE BUSINESS ENVIRONMENT

تسويق الخدمات القانونية

د. أحمد بن سهيل عجيـنه

عميد كلية إدارة الأعمال

مالك مبادرة ريادة الأعمال

جامعة الأمير سـطام بن عبدالعزيز

ما معنى كلمة تسويق؟



المحاور



❖ مدخل إلى التسويق

❖ الفرق بين تسويق الخدمة وتسويق المنتج

❖ مزيج الخدمات

❖ نقاش حول المادة 13/6 من نظام المحاماة

❖ إضاءات حول النظام الإعلاني في المملكة

❖ أمثلة تطبيقية

❖ الأسئلة والاستفسارات

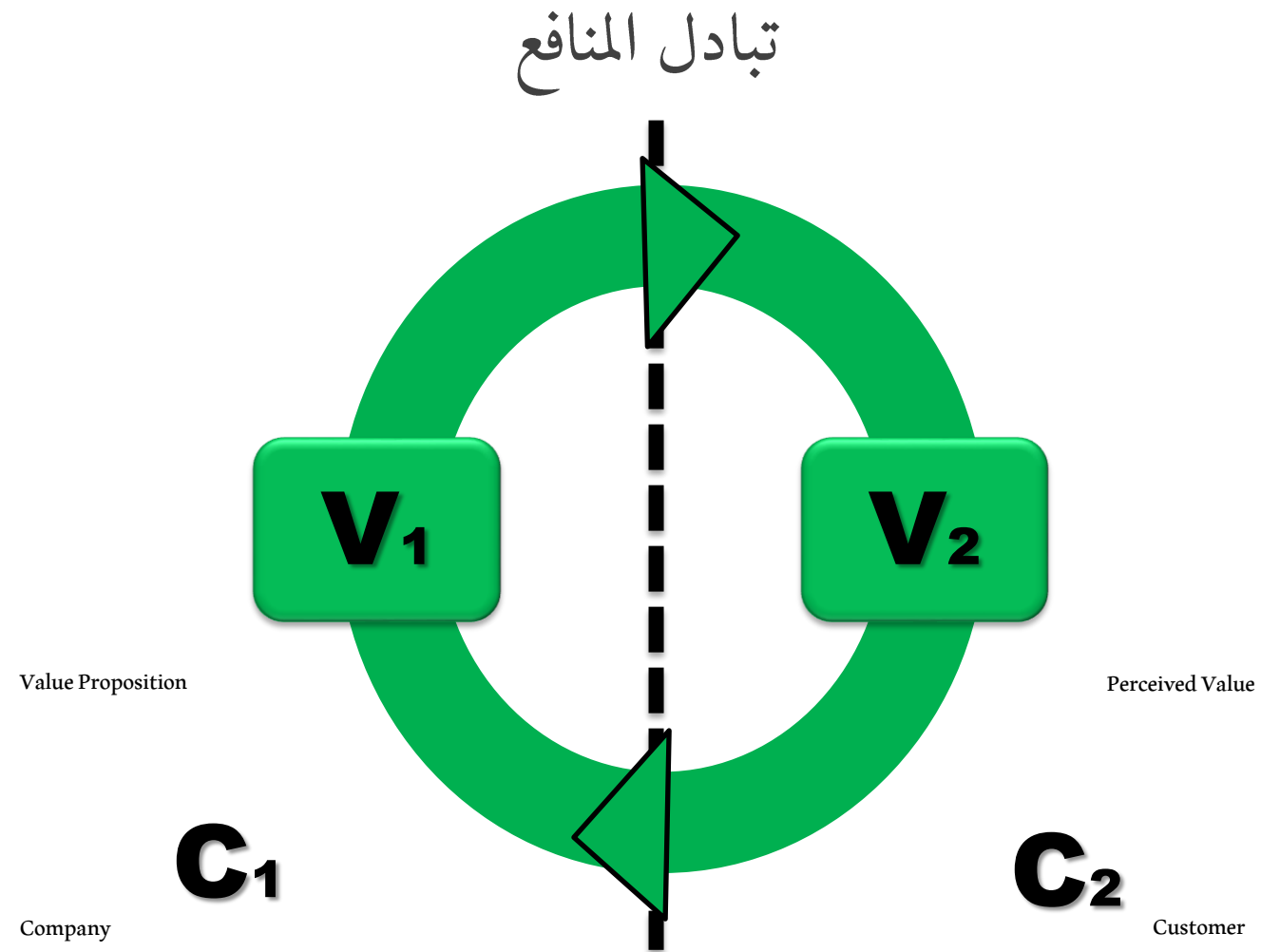


هو مزيج بين علم وفن وموهبة تسعى إلى سهوله سريان المنتج من مرحليه ما قبل الإنتاج إلى مرحليه ما بعد البيع



هو مجموعة من العمليات التي تقوم الشركة من خلالها بحلق قيمة (منفعة) لدى العميل للحصول على قيمة (منفعة) من العميل على المدى البعيد





الفرق بين السلعة والخدمة



❖ المحسوسية

❖ نقل الملكية

❖ التقييم

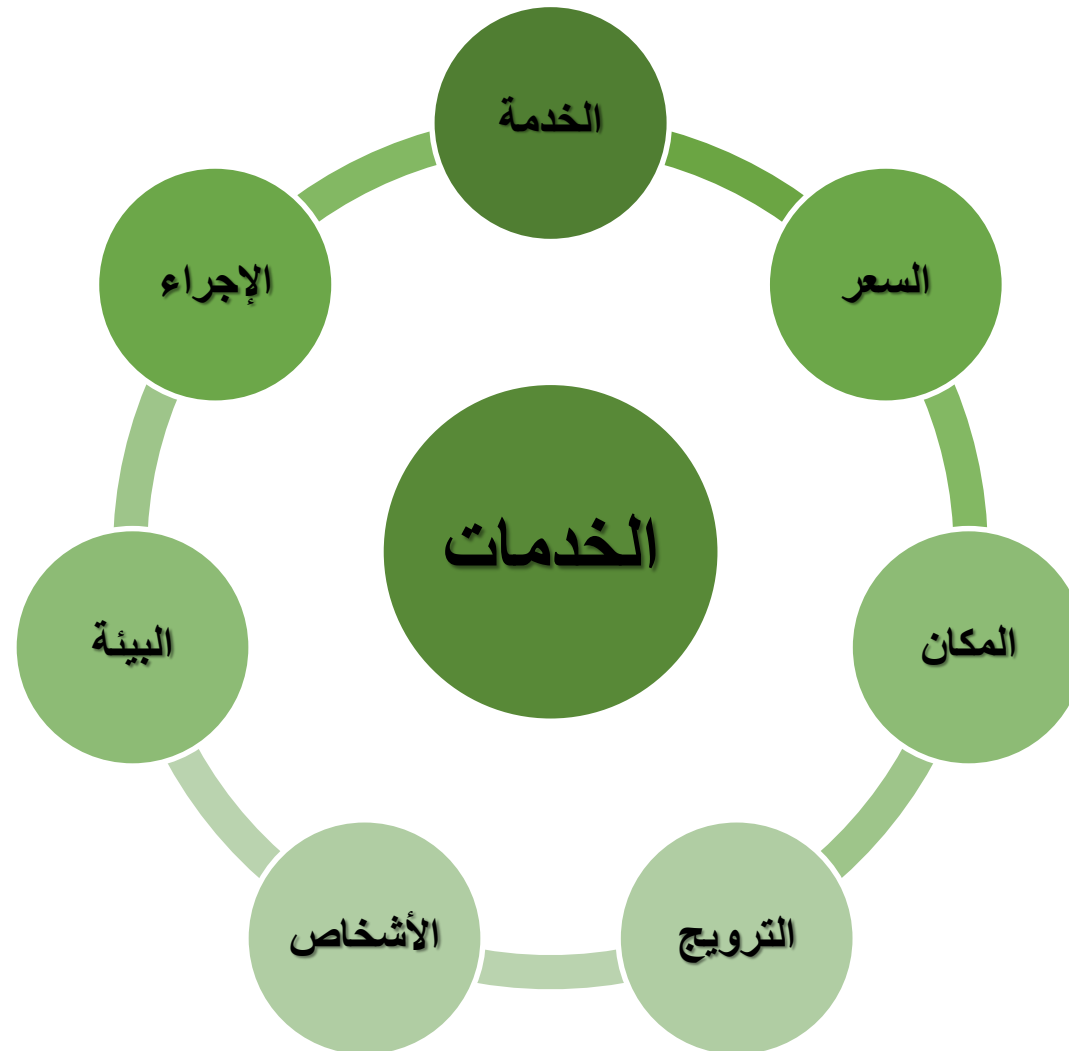
❖ التخزين والإرجاع

❖ التلازم الزميتي والمكان

❖ الاستخدام والاسيهلاك



المزيج التسويقي للخدمات



نقاش حول المادة 13/6

❖ المادة الثالثة عير الفقرة السادسة من نظام المحاماة

❖ " ليس للمحاميين أن يعلن عن نفسه بأي شكل دعائي بأي وسيلة إعلانية "

❖ " مع حفظ حقه في الدلالة عليه بعرض اسمه ومؤهله وعناوس مقررته وما إلى ذلك "

❖ ما معي هذه الفقرة؟

❖ هل من دول أخرى تطبقه؟

❖ هل يشمل ال CEO



في الغرب



❖ أمريكا 1977

❖ فرنسا و ألمانيا 1990

❖ إيطاليا 2007

❖ لكل دولة أصدرت معايير قانونية صارمة

لضبط العملية الأخلاقية



إضاءات حول النظام الإعلاني في المملكة

- ❖ الأحكام المتعلقة بنير الإعلانات في نظام المطبوعات والنير في المملكة العربية السعودية، وهي المواد الآتية:
- ❖ المادة الرابعة والسبعون: محظورات مضامين الإعلان.
- ❖ المادة الخامسة والسبعون: ضوابط نير إعلانات الطرق.
- ❖ المادة السادسة والسبعون: ضوابط الإعلان التجاري في الصحف المحلية.
- ❖ لاحقاً نظام النير الإلكتروني



المادة 74 : محظورات مضامين الإعلان

مضمون الإعلان : يقصد به مضمون الدعاية من كلمات أو صور أو تعابير تنسبها وسائل الإعلان بمقابل لحساب الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين بهدف الترويج للسلع أو الخدمات التي ينتجوها وذلك وفق الضوابط التالية :-

أ- عدم مساس الإعلان بروابط العلاقات للأسرة والتقاليد في إحرام الكبير أو التعرض للعلاقات الميسرة بطريقة يجرح الكبار أمام أبنائهم أو تشتر تساؤلهم.

ب- عدم عرض الجريمة أو أساليب التحايل كطريقة للدعاية تغري بمحاكيها أو الإعجاب بها أو التسامح بشأن مرتكبها.

ج- عدم استخدام عبارات بابية أو مبتذلة كسمة يميز الإعلان.

د- عدم نير الإعلانات المضمنة صوراً أو أسماء لمسهلكين أو فائزين بجوائز مالية أو عينية ما لم يكن لدى الجهة المعلنة موافقة خطية مصدقة من أصحاب الصور باستغلال صورهم وأسمائهم كإداة في الإعلان التجاري.

هـ- عدم نير الإعلانات المتعلقة بانتقال حقوق الامتياز للعلامات التجارية أو الأسماء التجارية، وكذا الإعلان عن تصفية الشركات أو المؤسسات أو الانفصال أو الإفلاس التجاري إلا بموافقة خطية من وزير التجارة على ذلك.

و- عدم نير الإعلانات عن مشاريع البيع أو الاكتتاب في مشاريع لا يحمل يرخيصاً أو موافقة من الجهة الحكومية المختصة على مضمون الإعلان.

ز- عدم نير الإعلانات عن أي مستحضر طبي أو رائج علاجية توفرها المؤسسات العلاجية، إلا بموافقة وزارة الصحة على مضمون الإعلان.

ح- عدم نير إعلانات عن الدراسة في الجارج وراجها إلا بموافقة وزارة التعليم العالي على مضمون الإعلان.

ط- استخدام اللغة العربية السليمة للإعلان، على أن لا تتجاوز مساحة أي لغة أخرى تكتب في الإعلان أو الملصق ذات المساحة المحصنة للكتابة باللغة العربية.

المادة 75 :ضوابط نير إعلابات الطرق

أ- وسائل إعلابات الطرق : هي جميع وسائل عرض الإعلان في الطرق مثل لوحات الإعلان المكتوبة أو شاشات العرض التلفزيونية بالطرق أو مراكز التجمعات التجارية أو شاشات العرض للإعلابات المكتوبة وغيرها من وسائل عرض إعلابات الطرق. ومع مراعاة ما ورد في المادة السابقة يجضع إعلابات الطرق للضوابط التالية :

1- عدم الإعلان عن القنوات الفضائية وراجها أو وكلاء الاشراك بها.

2- عدم اليرويج لبرامج السياحة والتسوق الخارجية.

3- عدم الإعلان عن الأفلام أو أسيرطة الاغاني.

4- عدم استخدام صور النساء في الإعلان.

ب- يجضع وكالة الإعلان والمعلن للمساءلي عند مجالفة هذه الضوابط ويطبق بحيمهم النظام وهذه اللابحة
المادة 76 :

على المؤسسات الصحفية وبايري الصحف المحلية مراعاة عدم طغيان الإعلان التجاري على محتويات الصحيفة بحيث لا يريد المساحة المخصصة للإعلان على نسبة 40% عن المساحة الكلية مع مراعاة الضوابط التالية :-

1- ألا يريد مساحة الإعلان على الصفحتين الأولى والأخيرة على 50% من المساحة الكلية لكل مبهما.

2- على صحيفة الحق في إصدار ملحق إعلاتي أسبوعي، على ألا يريد نسبة الإعلابات في الملحق على 80% من مساحته الكلية.

3- الإشارة إلى الاخبار والتحقيقات الرويجة للسلع والخدمات التي تنير علم شكل إخباري أو محقيقات في الصحف علم أن ذلك مادة إعلانية.

ما يحبس الإعلان في التلفزيون السعودي

* عدم المساس بالدين أو بعلمائه أو وضعهم في صورة يمس كرامتهم أو ما لا يليق بهم من الهيبة والاحترام

* عدم المساس بعلماء الدين والأمن أو ما يمثل سلطة الدولة وهيبتها

* عدم الإساءة إلى أي مهنة أو عمل يبرهن مهابة كان بسيطاً، ولا يجوز المساس بأي شخص بسبب لونه أو جنسه أو عقيدته أو مهنته أو وضعه في موضع يستثير السخرية أو المزاح أو الاحتقار.

* عدم المساس بقدسية الزواج وروابط الأسرة والتقاليد المتوارثة في احترام الأكبر ولا أن تعرض أحكام الأسرة مثل تعدد الزوجات والمواريث وغيرها بما يجعلها موضع شك، ولا يسمح بالتعرض للعلاقات المبرورة بطريقة يخرج الكبار أمام أبنائهم أو تثير تساؤلاتهم

* عدم التعرض للمصائب بعاهات خلقية أو عقلية أو نفسية بما يخرجهم أو يخرج أشباههم، أو استغلال ما فهم من نقص بطريقة غير بريئة.

* عدم عرض الجريمة أو أساليب التحايل على النظام بطريقة تغري بمحاكاتها أو الإعجاب بها.

* عدم عرض الإعلان الذي يثير الرعب أو يولد صوراً مفرقة تسبب القلق وتثبت في ذهن المتلقي وخصوصاً الصغار صور القلق والرعب



ما يحص الإعلان في التلفزيون السعودي

* عدم استدراج اهيام المشاهد إلى الإعلان بمقدمات تبدو وكأنها أخبار أو تصريحات رسمية تشفع بالإعلان المسيهف.

* لا يجوز الإعلان عن الجمور.

* لا يجوز الإعلان عن التدخس والسجائر بأنواعها حي بالإشارة إلى تقليل ما يحتويه من نيكوتس أو أصرار.

* عدم استخدام الالفاظ النابية والعبارات السوقية والكلمات المبتذله، مع اختيار الالفاظ التي لا يجرح الشعور أو يجذش الحياء أو ينفر منها الذوق، ويجنب المبالغات أو اليهويل الذي قد يتضمنه الإعلان.

* لا يجوز الإعلان عن مجلات وكتب الإراج والطوالع والبخت والتنبؤات وما إليها.

* عدم الإعلان عن أي فيلم أو مسرحية إلا ما حصل على موافقة من وزارة الاعلام وجهات الاختصاص بتداوله. كما لا يجوز الإعلان عن المسابقات التي تنطوي على القمار أو اليانصيب.

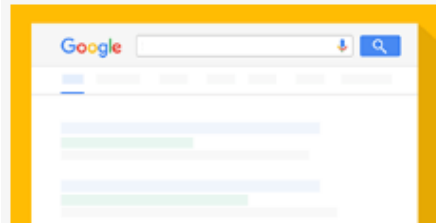
* عدم الإعلان عن أدوية لعلاج أمراض بعيها أو أبها شافية وأكيدة المفعول، إلا ما حصل على موافقة كتابية من وزارة الصحة وكذلك كل ما يتعلق بالمنتجات الطبية الأخرى.

* عدم الإعلان عن مواد كهاوية يؤدي استعمالها إلى الإصرار بغير المجتص.

* لا يجوز الإعلان عن سلع وألعاب يحص الإطفال بطريقة تؤدي إلى الإصرار بهم أو ألعاب تؤدي محاكيها إلى هلاكهم (أدوات غوص - طائرات - أجنحة سورمان الطائر - مثلاً).

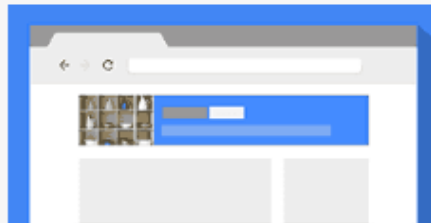


الإعلان الإلكتروني



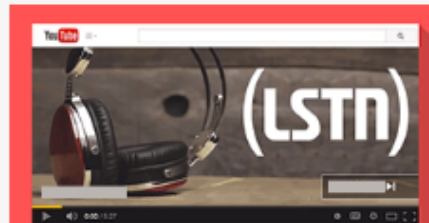
Search Ads

Your ad appears next to search results on Google. Talk about good timing.



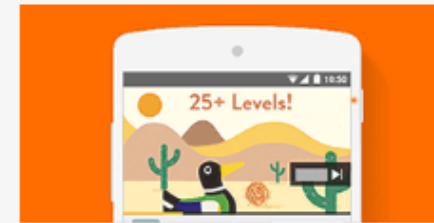
Display Ads

With text and banner ads across Gmail and a network of over two million websites and apps, your ad can show up where your customers are.



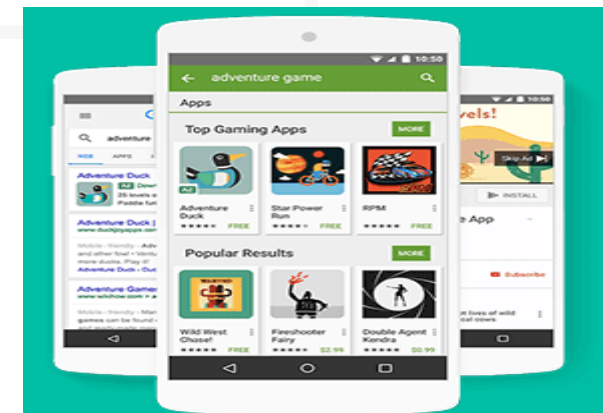
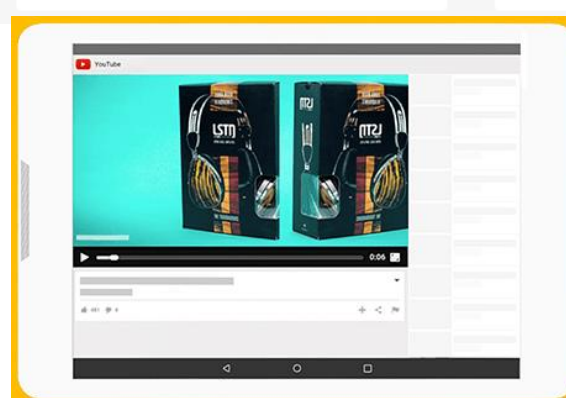
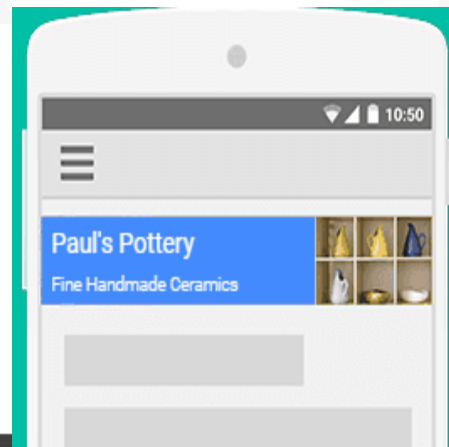
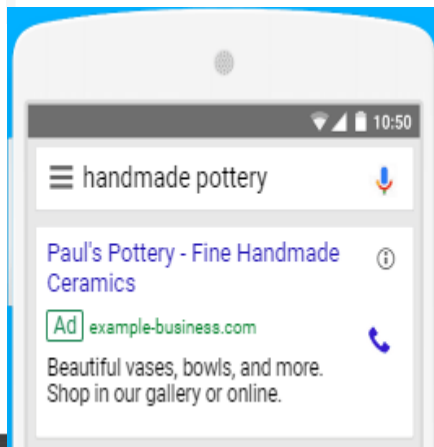
Video Ads

Your business comes to life in front of new customers on YouTube. It's a unique way to share your story.



App Ads

Promote your app by running ads across the entire Google network – no design experience required.



أمثلة عملية

- ❖ تسويق المحتوى
- ❖ الموقع الإلكتروني
- ❖ اللوحة الإعلانية
- ❖ الموقع
- ❖ الاخبار الصحفية
- ❖ الاستشارات المجانية
- ❖ العلاقات العامة والرعاية
- ❖ إدارة الدعاية
- ❖ CEOs
- ❖ مركز بالتخصص
- ❖ التواصل الاجتماعي (التواجد)
- ❖ رجال البيع
- ❖ تجربة العميل

نصائح الختام



❖ لا تعتمد على طريقة واحدة فقط

❖ الميزة التنافسية

❖ اهتم بالتسعير

❖ يد واحدة لا تصفق

❖ لا تحاول أن تكون كل شيء





?

