

ستراتيجية التسويق لـ Ooredoo: • تحديد القطاعات المستهدفة بناءً على التركيبة السكانية والعوامل السلوكية. • وضع Ooredoo كمزود حلول اتصالات سريعة و موثوقة وبأسعار معقولة. • التمييز من خلال جودة الشبكة والتغطية والخدمات المبتكرة والنهج المتمحور حول العملاء. • تسليط الضوء على المميزات الرئيسية وعروض القيمة الفريدة في الرسائل والعلامات التجارية. • أبلغ عن التزام Ooredoo برضا العملاء والابتكار والمسؤولية الاجتماعية. • تصميم الرسائل خصيصاً لتردد صداها مع شرائح الجمهور المتنوعة والفروق الثقافية الدقيقة. • الابتكار المستمر وتوسيع مجموعة المنتجات لتلبية احتياجات العملاء المتطورة. • تطوير العروض المجمعمة وفرص البيع المتبادل والخدمات ذات القيمة المضافة. • تعزيز ميزات المنتج والجودة والموثوقية زيادة رضا العملاء وولائهم. • استراتيجية التسعير الدينامية التي توازن بين القدرة التنافسية و الربحية. • خطط تسعير مرنة مصممة حسب قطاعات العملاء وأنماط الاستخدام المختلفة. • التسعير الترويجي والخصومات والحوافز لدفع اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم • الاستفادة المثلى من قنوات التوزيع من أجل إتاحتها على نطاق واسع وإمكانية الوصول إليها. • الاستفادة من نهج متعدد القنوات بما في ذلك متاجر البيع بالتجزئة والبوابات عبر الإنترنت والشراكات الاستراتيجية. • تعزيز قدرات التوزيع الرقمي لتلبية الطلب المتزايد على الخدمات الإلكترونية. الاتصالات التسويقية: • تطوير حملات تسويق متكاملة عبر القنوات التقليدية والرقمية. • تطبيق تقنيات تسويق قائمة على البيانات من أجل إضفاء الطابع الشخصي عليها وتحسينها. تجربة العملاء: • إعطاء الأولوية لتجارب العملاء الاستثنائية في كل نقطة اتصال. • الاستثمار في التدريب على خدمة العملاء والتكنولوجيا والعمليات. • التماس تعليقات العملاء والعمل بناءً عليها لتحسين المنتجات والخدمات باستمرار. الاستخدام والمسؤولية الاجتماعية للشركات: • إدماج مبادرات الاستخدام والمسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجية التسويق. • تسليط الضوء على المبادرات البيئية والشراكات المجتمعية وبرامج التأثير الاجتماعي. • إشراك العملاء في جهود الاستخدام من خلال حملات التوعية وفرص المشاركة. قياس الأداء وتحسينه: • إنشاء مؤشرات أداء رئيسية تتماشى مع أهداف التسويق وتتبع مقاييس الأداء. • تنفيذ نظم التحليل والإبلاغ لرصد فعالية الحملات.