

## المستخلص

الإفادة، نور. 2014. البحث الجامعي. الموضوع: الإستراتيجية لبناء ولاء العملاء بالعصر التسويقي الإلكتروني في العملاء والاحتفاظ بهم (دراسة في شركة جارودا إندونيسيا)  
المشرف: الأستاذ سلامة الماجستير الحج  
الكلمة الرئيسية: ولاء العملاء، التسويقي الإلكتروني

تطوير تكنولوجيا والإنترنت سريعة جداً وبالتالي تؤثر تنمية عالم الأعمال. فإنه يوفر فرصاً جديدة للأعمال التجارية. لهذه المسألة، جعل كل شركة تريد منتجاتها معروفة من قبل الجمهور العام. تطوير المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) لا سيما التجارة الإلكترونية والأعمال واستراتيجيات المبيعات تؤدي كمراس حربه لجميع الشركات أصبحت متزايدة تؤدي إلى إيقان، واستخدام التكنولوجيا. أدى هذا في العديد من المستهلكين يتجهون إلى التسوق عبر الإنترنت. وهذا أيضا أثر على الطيران التجاري. العديد من الصناعات يتحولون إلى الإنترنت لتسويق الخدمات لها، بما في ذلك صناعة الطيران. تؤدي التجارة الإلكترونية لصناعة الطيران المدني المغامرة في إصدار التذاكر الإلكترونية أو إصدار التذاكر الإلكترونية. والآن قد طبقت بمختلف شركات الطيران. وكان النموذج للمنافسة التي تحدث بسبب العديد من شركات الطيران التي نفذت التسويق الإلكتروني كإجراء تحسينات نوعية خدمة جارودا إندونيسيا لا مثيل لها. حتى أن شركة جارودا إندونيسيا المطلوب الاستمرار في الاحتفاظ بعملائها في منتصف عصر التسويقي الإلكتروني القائم على المنافسة في هذا الوقت.

وكان الغرض من هذه الدراسة لتحديد كيفية استراتيجية لبناء والحفاظ على ولاء العملاء جارودا اندونيسيا. النموذج من هذه البحوث كمية الأبحاث النوعية والوصفية. يتم الحصول على البيانات البحثية بإجراء المقابلات، والدراسات الاستقصائية والملاحظات.

تبين أن نتائج هذه البحوث الاستراتيجية لشركة جارودا إندونيسيا لبناء وصيانة برنامج ولاء العملاء في شكل بطاقات جارودا ميليس/السينمائي يمكن أن توفر العديد من المزايا والراحة للعملاء مع مثل هذه البطاقات. وبالإضافة إلى ذلك، وفي الحفاظ على الزبائن، تواصل جارودا إندونيسيا تركز على جزئه السوق من الطبقة المتوسطة، ذلك أن إندونيسيا جارودا الغاية تحسين الخدمة الكاملة التي ما كانت مملوكة من قبل شركات الطيران الأخرى. الكثير من الزبائن التي تسلم الموالية لإندونيسيا جارودا كالدفاع كامل الخدمات التي تقدمها شركة جارودا إندونيسيا.