**Behavioral Segmentation**

1. **"غير المؤمن عليهم صحيًا" (Uninsured):**

* أ. "المُؤجلون لِـ العلاج" (Treatment Delayers):
  + **السلوك:** يُؤجلون زيارات طبيب الأسنان حتى تسوء حالتهم، غالباً بسبب التكلفة.
  + **الدوافع:** الحصول على العلاج عند الضرورة القصوى وبِـ أقل تكلفة.
  + **المخاوف:** التكاليف العالية، الديون الطبية ، جودة الخدمات في الخارج.
  + الفرص: تقديم باقات علاجية بِـ أسعار مُنخفضة جدًا وخطط دفع مُيسّرة.
* ب. "الباحثون عن الأساسيات" (Basic Necessities Seekers):
  + السلوك: يُركزون على العلاجات الضرورية فقط، مثل خلع الأسنان أو حشو التسوس.
  + الدوافع: حل المشاكل الحالية بِـ أقل تكلفة.
  + **المخاوف:** عدم الحصول على جودة مقبولة، صعوبات التواصل.
  + الفرص: تقديم خدمات عالية الجودة بِـ أسعار مُنافسة، التأكيد على وضوح التواصل و سهولة الحجز.
* **ج. "المُتحمسون لِـ السياحة العلاجية" (Medical Tourism Enthusiasts):**
  + **السلوك:** مُنفتحون على فكرة السياحة العلاجية، يبحثون عن معلومات عبر الإنترنت و وسائل التواصل الاجتماعي.
  + الدوافع: توفير المال ، الحصول على خدمات غير مُتاحة محليًا، تجربة ثقافات جديدة.
  + المخاوف: السلامة ، الاختلافات الثقافية ، ضمانات الجودة.
  + **الفرص:** تقديم معلومات مُفصلة و شفافة ، استخدام شهادات وثائق من مرضى سابقين، الترويج لِـ باقات سياحية شاملة.

1. **الجالية العربية" (Arab Community):**

* أ. "المُرتبطون بِـ الوطن" (Homeland Connectors)
  + السلوك: يُسافرون لِـ زيارة العائلة و الأصدقاء بِـ انتظام ، و قد يُخطّطون لِـ العلاج أثناء وجودهم في الوطن العربي.
  + الدوافع: صلة الرحم، الثقة في الأطباء في الوطن العربي، الراحة في التواصل و الثقافة.
  + الفرص: التعاون مع وكالات سفر مُتخصصة في السياحة العائلية ، تقديم حزم تُناسب المجموعات العائلية.
* **ب. "الباحثون عن اللغة و الثقافة" (Language and Culture Seekers):**
  + السلوك: يُفضلون التواصل بِـ اللغة العربية و التعامل مع أطباء يفهمون ثقافتهم.
  + الدوافع: الراحة في التواصل ، الثقة في مُقدمي الخدمات الذين يُشاركونهم نفس الخلفية الثقافية.
  + الفرص: توفير مُترجمين ، خدمات زبائن بِـ اللغة العربية ، التسويق لِـ عيادات بِـ أطباء عرب.
* ج. "المُقتصدون العرب" (Budget-Conscious Arabs):
  + السلوك: يُركزون على توفير المال و الحصول على أسعار مُنافسة، حتى لو كان ذلك يعني التضحية بِـ بعض الكماليات.
  + الدوافع: العلاج بِـ تكلفة مُنخفضة، الحصول على قيمة مُقابل المال.
  + الفرص: تقديم باقات اقتصادية، التأكيد على الأسعار المُنافسة في التسويق.

1. **"السياحة العلاجية المُقتصدة" (Budget-Conscious Medical Tourists):**

* **أ. "المُخطّطون لِـ الإجازات" (Vacation Planners):**
  + السلوك: يُخطّطون لِـ رحلات علاجية طويلة تتضمن الترفيه و الاسترخاء.
  + **الدوافع:** الجمع بين العلاج و الإجازة ، اكتشاف ثقافات جديدة.
  + **الفرص:** تقديم باقات سياحية شاملة تتضمن جولات سياحية و أنشطة ترفيهية ، التعاون مع الفنادق و شركات الطيران.
* **ب. "المُركزون على العلاج" (Treatment-Focused Travelers):** 
  + **السلوك:** يُركزون بشكل رئيسي على العلاج ، قد يُخطّطون لِـ رحلات قصيرة.
  + الدوافع: الحصول على علاج بِـ أسعار مُنافسة و بِـ سرعة.
  + الفرص: توفير معلومات مُفصلة عن العلاجات و الأطباء، تسهيل عملية الحجز و التنسيق اللوجستي.