

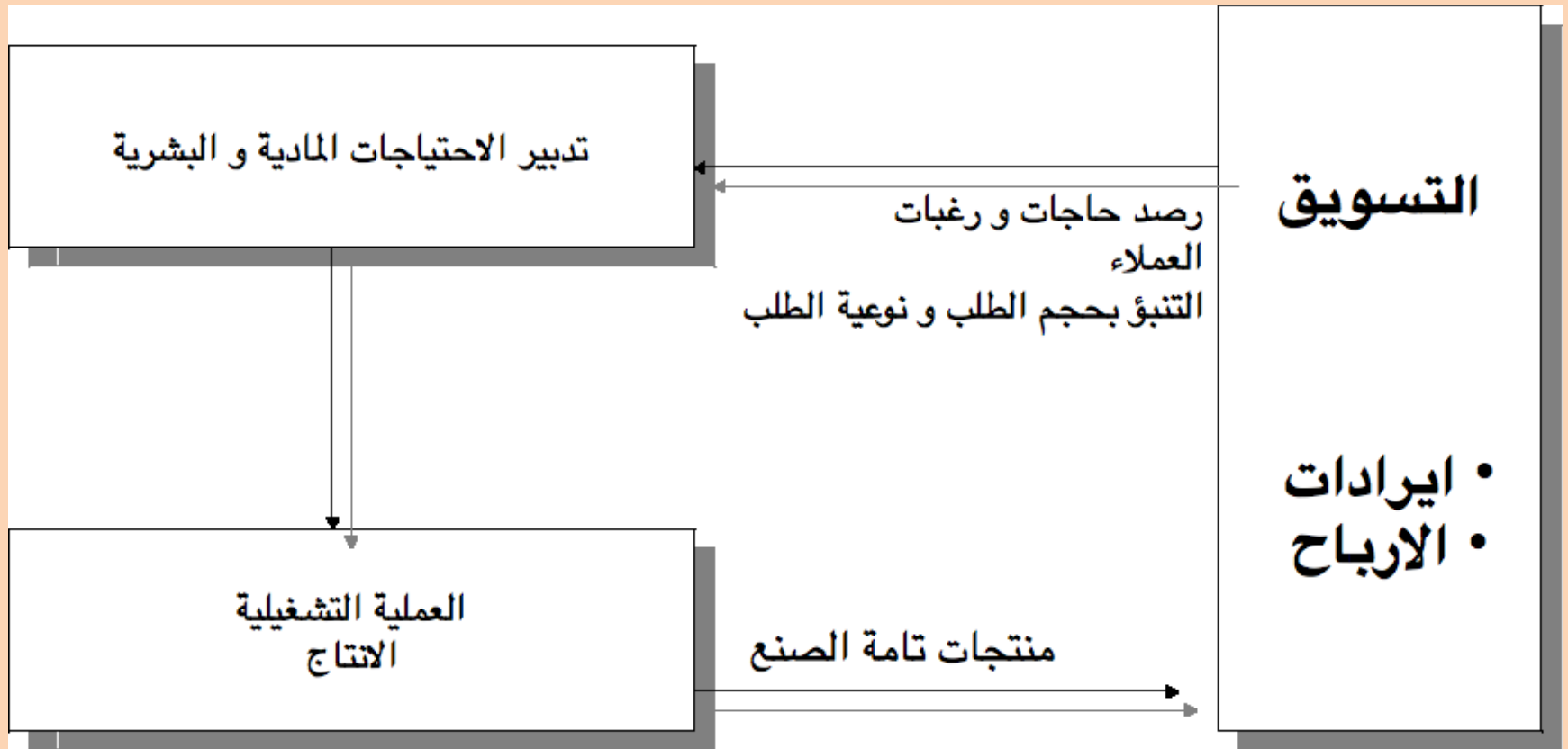
مبادئ التسويق

الفصل الأول:

التسويق.....
المفاهيم والتطور والمكونات

MARKETING

التسويق هو البداية لأنشطة الأعمال و ايضا النهاية



مفهوم التسويق

التعريف الشامل : عرفت جمعية التسويق الامريكية النشاط التسويقي بانه:
"النشاط الخاص بتسعير و ترويج و توزيع السلع والخدمات والافكار التي
تسعى الى اشباع رغبات الافراد و المنشآت"

الوظيفة التسويقية: "مجموعة من الانشطة المتكاملة التي تؤديها المنشأة
لتسهيل عمليات التبادل".

ادارة التسويق في المنشأة تقوم بوظيفتين اساسيتين:

- خلق الطلب على منتجات المشاة.
- خدمة الطلب

/كوتلر Kotler

"هي الجهود التي يبذلها الأفراد والجماعات في إطار إداري واجتماعي معين للحصول على حاجاتهم ورغباتهم من خلال توليد وإيجاد وتقديم وتبادل المنتجات والقيم من الآخرين"

- ❖ حاجات ورغبات المستهلك
- ❖ المنتجات (سلع وخدمات)
- ❖ تبادل (العمليات التسويقية: نقدية أو مقايضة)
- ❖ السوق

ما الفرق بين الحاجات والرغبات؟

الرغبات



الحاجات



المنتجات

ما هو المنتج؟

هو ما يتم تقديمه للمستهلك بهدف إشباع حاجاته ورغباته.
ويكون شئ أو خدمة أو نشاط أو شخص أو مكان أو منظمة أو فكرة.

تبنى عملية التبادل على:

وجود طرفان

ان يكون لكل طرف شئ له قيمة لدى الطرف الاخر

القدرة على الاتصال والتسليم

حرية الطرفين في قبول العرض أو رفضه

توفر الظروف البيئية الملائمة لإتمام عملية التبادل



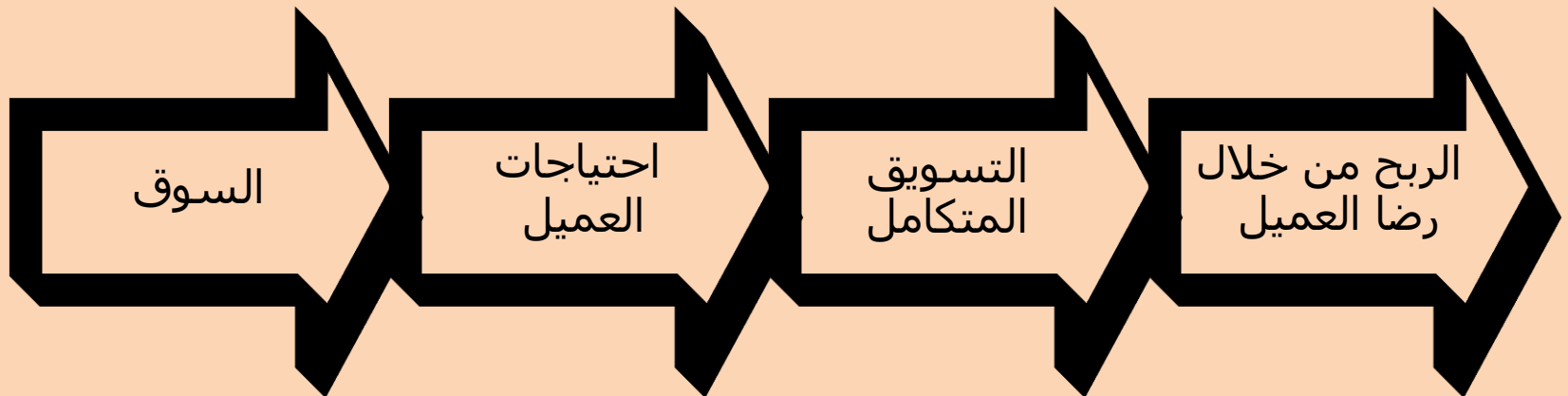
ما هو السوق؟

وهو مجموعة من الأفراد والمنظمات تعبر عن كافة المشتريين الحاليين والمرتبين لسلع وخدمات المنشأة.



التعريف المتكامل للتسويق

التسويق هو مجموعة من الأنشطة المتكاملة، والتي تجري في نشاط إداري محدد، وتقوم على توجيه إنسياب السلع والخدمات والأفكار لتحقيق الإشباع من خلال عملية مبادلة، وتحقيق أهداف المنتجين أو الموزعين أو المستوردين، وذلك في حدود تأثيرات البيئة المحيطة



كيف تطور الفكر التسويقي؟

مراحل أساسية في تاريخ الفكر التسويقي:



مرحلة التوجيه بالمنتج

التركيز : على الانتاج

الوسيلة: صنع منتجات ذات جودة عالية

الهدف: انتاج أكبر قدر ممكن

شعار هذه المرحلة

“فلنصنع أقصى ما يمكن الوصول اليه”

مرحلة التوجيه بالبيع

في هذه المرحلة ظهر المفهوم البيعي

«فلنتخلص مما لدينا من مخزون»

التركيز:

على المنتجات الحالية

الوسيلة:

جهود بيعيه و اعلانية مكثفة

الهدف:

كلما زاد حجم المبيعات كلما زاد الربح

مرحلة التوجيه بالتسويق

المفهوم التسويقي: عملية تحقيق الأهداف من خلال جهد تسويقي متكامل تتحدد فيه جهود تخطيط المنتجات مع التسعير ومنافذ التوزيع والترويج. لذا تقوم ادارة المنشأة بالتركيز على الحاجات الحقيقية للمستهلك.

التركيز: على الحاجات الحقيقية للمستهلك

الوسيلة: المزيج التسويقي المتكامل (المنتج ، السعر ، التوزيع ، الترويج)

الهدف: اشباع رغبات المستهلك

ظهرت في هذه المرحلة عدة مدارس علمية :

- (١) المفهوم الحديث للتسويق
- (٢) المفهوم الاجتماعي للتسويق
- (٣) تحقيق التسويق لجودة الحياة

المفهوم الحديث للتسويق

المشتري النهائي أو المشتري الصناعي هو نقطة البدء في صياغة أهداف و سياسات تتعلق بخطط المنشأة المستقبلية.

تعتمد أهداف المنشأة على تحديد حاجات و رغبات الأسواق المرتقبة

وبالتالي تسخر إمكانيات المنشأة لتحقيق حاجات ورغبات المستهلك.

مرحلة التسويق بالعلاقات

التركيز على بناء و تدعيم العلاقات مع العملاء والأطراف الأخرى المؤثرة على أداء المنشأة
مثل: الموردين، العاملين بالمنشأة، المساهمين.

وتتبنى فكرة التسويق بالعلاقات على:

- بناء علاقات طويلة الأجل بدلا من قصيرة الأجل
- تحقيق قيمة مدركة للعملاء وبالتالي تحقيق الرضا والولاء
- امتداد العلاقة إلى الأطراف الأخرى المؤثرة على أداء المنشأة مثل الموردين والعاملين بالمنشأة والمساهمين مما يحقق علاقات مربحة لجميع الأطراف في الأجل الطويل.
- التوجه التسويقي لكافة وحدات المنشأة (أقسام وإدارات) من أجل خدمة العميل.

المزيج التسويقي

هو مجموعة من الأنشطة التسويقية المتكاملة والمتراصة والتي تعتمد على بعضها البعض بغرض أداء الوظيفة التسويقية على النحو المخطط لها.

4p's

Product

Price

Place

Promotion

وهو يتكون من أربعة عناصر

المنتج

السعر

التوزيع

الترويج

□ المنتج (تخطيط المنتجات): ما تقدمه المنشآت الى عملائها المرتقبين
من سلع او خدمات أو أفكار.

يتم من خلال العديد من الوظائف التسويقية مثل:

❖ بحوث التسويق

❖ تطوير المنتجات الحالية

❖ دراسة دورة الحياة للمنتجات

❖ تقديم السلع والمنتجات الجديدة التي تتماشى مع حاجات
ورغبات المستهلكين



التوزيع: يعني الكيفية التي تصل بها السلع والخدمات إلى العميل المرتقب في المكان والوقت المناسبين لضمان عملية التبادل



التسعير: هو عملية موازنة المنافع التي يحصل عليها المستهلك بالقيم النقدية التي يمكن أن يدفعها



الترويج: المتحدث الرسمي عن الأنشطة التسويقية يؤدي من خلال بائع شخصي أو غير شخصي.