



جميع مراحل و خطوات التسويق

•مراحل تطوير التسويق:

- ١-التوجيه بالانتاج .
- ٢-التوجيه بالمبيعات.
- ٣-التوجيه التسويقي "المستهلك".
- ٤-التسويق المتكامل.
- ٥-التوجيه الاجتماعي و الأخلاقي للتسويق.

•مراحل الأساسية لوظيفة البيع:

- ١-دراصة سوق العملاء.
- ٢-تحديد استراتيجيات تعامل 🖱️ {تعزيز ، تعديل ،تغيير}.
- ٣-تحديد دوافع العملاء على الشراء.
- ٤-المقابلة وتنفيذ الطلبات.
- ٥-تقييم والمتابعة.

• تمر إدارة النشاط البيعي:

- ١-أهداف البيع.
- ٢-تقدير حجم قوى البيعية.
- ٣-استراتيجيات قوى البيع.
- ٤-تخصيص أنشطة المبيعات.
- ٥-تقييم.

•مرحلة تطوير المنتجات:

- ١-تجميع الأفكار.
- ٢-تقييم الأفكار.
- ٣-الجدوى الاقتصادي و الاجتماعي.
- ٤-التصميم.
- ٥-الاختبار.
- ٦-التقديم التجاري.
- ٧-تقييم المنتج الجديد.

• دورة الحياة المنتج:

- ١-مرحلة التقييم.
- ٢-مرحلة النمو.
- ٣-مرحلة النضج 📌
- {١-الصاعد "المتنامي" ٢-المستقر ،٣-المنحدر.}
- ٤-مرحلة التدهور.

• خطوات إدارة المبيعات بالمنظمة:

- ١-تحديد قدرات قوة البيع.
- ٢-اختبار رجل البيع.
- ٣-تدريب رجل البيع.
- ٤-تحفيز رجل البيع.
- ٥-توجيه والتنسيق.
- ٦-تقييم قوى البيع.

• خطوات تصميم قناة التوزيعية:

- ١-تحديد الحاجات و الرغبات المراد خدمتها.
- ٢-وضع أهداف لقنوات التوزيع.
- ٣-تحديد عدد الوسطاء ونوعهم.
- ٤-اختيار الوسطاء.

• خطوات تسعير المنتجات:

- ١-تحديد الهدف من التسعير.
- ٢-تقديم احتمالات المستهلك.
- ٣-دراصة أسعار المنافسين.
- ٤-تحديد استراتيجية.
- ٥-تحديد بدائل.
- ٦-تقدير الطلب.
- ٧-تحديد التكاليف.
- ٨-تقدير الأرباح و الخسائر.
- ٩-تحديد سعر المنتج.

• خطوات التجزئة السوقية:

- ١- تحديد أسس تشكيل القطاعات.
- ٢- التدقيق في الخلافات التي يمكن تتواجد فيها داخل القطاع.
- ٣- التنبؤ بالسوق الكامن.
- ٤- التنبؤ بالحصة السوقية.
- ٥- اختيار القطاع السوقي المستهدف أو عدة قطاعات.

خطوات صنع القرار الشرائي:

- ١- تحديد المشكلة.
- ٢- البحث عن المعلومات.
- ٣- تقييم البدائل.
- ٤- قرار الشراء.
- ٥- الشعور اللاحق للشراء.

