

الأنشطة المتعلقة بالمنتج

1- التغليف

تعريفه: يمكن تعريف التغليف بأنه مجموع العناصر التي تكون جزء من المنتج و التي تباع معه من أجل حفظ محتوياته و يتكون الغلاف من:

- الغلاف الخارجي: الذي يعد بمثابة الديكور الذي عادة ما يشمل عدة رسومات و ألوان مستعملة و عدة نصوص (بيانات) و قصاصات.

- العبوة : وهي محتوى الغلاف و تمثل المادة المستعملة : زجاج، بلاستيك، كارتون، حديد. الخ.

2- مستويات التغليف:

نميز عموماً ثلاث مستويات للتغليف:

- التغليف الأولي: و هو الذي يحتوي على المنتج و الذي نجده إذن في اتصال مباشر به (عبوة مباشرة).

- التغليف الثانوي : هو الذي يجمع عدة وحدات من المنتج لجعلها في وحدة مباعه أي هو حاوية إضافية للمنتج

-تغليف الشحن: هو الذي يسمح بنقل و شحن عدد كبير من المنتجات من المصنع إلى نقاط البيع الخاصة بالمنتج.

3- أهمية التغليف:

يعتبر التغليف في الوقت الحالي جزء حيوي في سياسة تطوير منتجات المنظمة، كما يعتبر جزء مهم من المنتج نفسه في إعطاء المستهلك التصور الكامل للمحتويات و الحكم على جودة و نوعية المنتجات و تكمن أهمية التغليف في الآتي:

- المحافظة على محتويات المنتج و حمايته أثناء عملية التعبئة و النقل و التداول و التخزين حيث يقلل من احتمالات تعرضه للكسر.

- يعد التغليف وسيلة اتصال مع جمهور المستهلكين و ذلك من خلال تعريفه بالمنظمة و تعليماتها الخاصة باستخدام المنتج.

- يعد أداة للشهرة و التمييز .

- يعتبر التغليف عاملاً مهماً في نجاح المنتجات الجديدة.

- يساعد التغليف المنظمة على إتباع سياسة التغيير فيه من أجل خفض التكاليف عندما ترتفع و كذلك عندما تنخفض المبيعات نتيجة لتقادم الغلاف و ظهور مواد جديدة للتعبئة، مثل التغيير في العبوات الزجاجية إلى العبوات الكرتونية أو البلاستيكية .

- حماية البيئة: و تحت ضغط حركات حماية البيئة فان المنتجين بدؤوا في تصميم أغلفة منتجاتهم بما يتلاءم مع البيئة و عدم تلويثها.

العلامة: 1- تعريف:

العلامة هي عبارة عن اسم أو مصطلح أو رمز، أو تصميم أو خليط من هذه الأشياء والتي تحدد سلع وخدمات البائع وكذلك تفرق بينها وبين منتجات المنافسين .

2 - مميزات العلامة:

العلامة يمكن أن تكون:

- إشارة شفوية : تكون مكتوبة أو منطوقة:

- اسم المالك

- اسم مستعار أو معدل:

- اسم جغرافيا:

- تسمية مبتكرة:

- اسم مبتكر من جزء (OMO, TELAL , OBOO ...)

أو متآلف من عدة مفردات: (Europ. Assistance)

- اسم محول من معنى آخر :

- شعار: Slogan

- رقم: (1604)

حروف: CBS

- حروف وأرقام : N°r, 3M, Europe

- حرف و إشارة: Channel + Sign + Letter

2 - إشارة مصورة: والتي ترى بالعين:

رسم , رمز, مزيج من الألوان

مثال : شعار: COCACOLA

3-complexe Sign - إشارة مركبة :

تتضمن رموز مكتوبة ومصورة.

4-إشارة صوتية : مكونة من أصوات و جمل موسيقية و إيقاعية

5-شكل المنتج وغلافه:

قارورة Pierre ، قارورة COCACOLA.

3- وظائف العلامة :

يمكننا أن نميز وظائف العلامة بالنسبة للمؤسسة وبالنسبة للمستهلك:

المستهلك	المؤسسة
- التعرف على المنتج ومراقبته. (خاصة عند الخدمات الحرة) - الاتصال: تصبح العلامة اسم مشترك - ضمان الجودة (Sony) - وضع المستهلك في صورة المنتج. - تقديم نمط حياة (NIKE ; OXDOWN)	- ترمز الإشارة إلى ملكية المؤسسة. - تميز مختلف المنتجات والخدمات. - تقسيم السوق, تقديم رموز لدعم وفاء الزبائن - الاتصال - تثبيت المنتج. - القضاء على التقليد من خلال العلامة المسجلة.

4- أنواع العلامات:

نميز نوعين من العلامات (منتجات وخدمات مختلطة)

1- علامة المنتجين: (العلامة القومية)

هي تلك العلامة المملوكة بواسطة المنتج ذاته, وعادة ما يطلق عليها العلامة القومية

مثل: OMO , TIDE , SONY

2- علامة الموزعين:

هي تلك العلامة المملوكة بواسطة أحد الوسطاء مثل متاجر التجزئة أو متاجر الجملة، عادة ما يطلق عليها بالعلامة الخاصة أو اسم المتجر.

و تتميز علامة الموزع بكونها تباع بسعر أقل من تلك المنتجات التي تحمل علامات قومية نظراً لأن هذه الأخيرة عادة ما ينفق عليها نفقات إعلانية ضخمة مما يزيد من تكلفة تسويقها.

و هناك مجموعة من العوامل التي قد تؤدي إلى زيادة استخدام المنتجين لعلامات الموزعين (3):

- عندما يصبح البائع ذو أهمية أكبر من المنتج ذاته في تقديم ضمانات الجودة..

- عندما تتغير البيئة التنافسية التي يعمل فيها المنتج بحيث تدعو المنتج إلى استخدام علامة الموزع.

- بطء النمو الاقتصادي ووجود حالة من الركود تدعو المستهلك إلى البحث عن المنتجات ذات السعر الأقل.