

برنامج التسويق في المشروعات الصغيرة.(SME)

- مدة البرنامج: 3 أيام تدريبية
- مجموع الساعات التدريبية: 15 ساعة تدريبية
- الشريحة المستهدفة: رجال وسيدات الأعمال وأصحاب المشروعات الصغيرة .

معاور البرنامج : ABAHE

- مفهوم المشروع الصغير .
- دراسة السوق (المنافسة - الأسعار - الجودة - احتياجات العملاء)
- دراسة المنتج وأماكن التوزيع .
- إعداد الخطة التسويقية (تحديد الأهداف - الإطار الزمني للتنفيذ - القائمين بالتنفيذ - تقييم النتائج)
- وسائل الإعلان والترويج لتنشيط المبيعات .
- التقييم الدوري لوضع المشروع (هدف المبيعات)

التسويق

- هو الجهد الإداري المخطط لتحقيق وتلبية حاجة المستهلك من سلعة أو خدمة.

يعني ذلك

بأن التسويق يقوم على التخطيط وليس الارتجال من خلال دراسة ومعرفة رغبات وحاجات الزبائن وتأمينها بهدف إشباع رغباته، ويتم ذلك من خلال ودراسة وضع السوق، ومنتجات المنافسين وأذواق المستهلكين، وكيفية إيصال هذه السلع والخدمات إلى الزبائن وإتباع وسائل التأثير والدعاية والعرض المناسبة لدفع الزبون على التعامل مع هذه المنتجات او الخدمات.

ما هي غاية التسويق؟ إذن... الغاية هي إشباع حاجات ورغبات المستهلك من سلع أو خدمات.

وعليه.. فإن التسويق هو غاية الإنتاج، أي ننتج حتى نسوق.

وكذلك، فإن التسويق هو توفير سلع أو خدمات مختلفة لناس مختلفين، الاختلاف في البلد والمجتمع والثقافة والدخل والمدينة والريف... الخ

التسويق.. علم أم فن؟ أم علم وفن..؟

علم	و	فن
يقوم على قوانين وقواعد ونظريات		يقوم على أصول وأساليب ابداعية
مثلاً...		مثلاً...
- كيف تضع خطة تسويقية؟		- طريقة عرض المنتجات
- كيف تحسب حصة شركتك في السوق؟		- إعلانات وتصاميم وأمبلاجات ودعاية
- كيف تحسب ميزانية التسويق؟		- أساليب التأثير على العميل
- كيف تزيد حجم مبيعاتك؟		
ما هي حاجات المستهلك؟		

• حاجات أساسية: لا يستطيع الإنسان الاستغناء عنها
(كالمنزل - الطعام - الملابس -).

• حاجات كمالية: هي حاجات تفرضها الحضارة
(سيارة - تلفزيون - ستلايت - ثلاجة - كاميرا -).

• حاجات اجتماعية: هي حاجات يفرضها المركز الاجتماعي أو الوظيفي
(لباس أستاذ جامعة - أو مدير عام - موظفين في شركات - ملابس موظفي الفنادق).

أسباب ظهور التسويق:

- تدهور المبيعات في الشركات.
- الرغبة في اكتشاف أسواق جديدة.
- تغيير في سلوك الزبائن.
- تغير في حاجات الزبائن.
- المنافسة.
- ظهور شركات عالمية وغزوها للأسواق.
- التقدم التكنولوجي.

عناصر التسويق:

هي أربعة فقط , أربعة عناصر أساسية يقوم عليها التسويق!!!

لا بد منها عند تسويق أية سلعة أو خدمة...

ما هي؟

1. المنتج.
2. السعر.
3. الترويج (الدعاية).
4. التوزيع.

المنتج

- يتطلب دراسة المواصفات (المقاييس والنسب)
- الجودة (النوعية)
- الأمبلاج والتغليف. أصناف وأحجام مختلفة
- تتوافق مع رغبات وحاجات الزبائن.

ABAHE

- يتطلب دراسة التكاليف
- السعر يجب أن يلائم أكبر شريحة
- مراعاة مستوى دخل المستهلك كي يحقق مبيعات أكثر
- دراسة أسعار المنافسين.

السعر

الترويج

- إعلان
- معارض ومهرجانات
- الأسواق
- دعايات
- عروض أسعار
- حسومات
- لواصلق
- عينات مجانية.

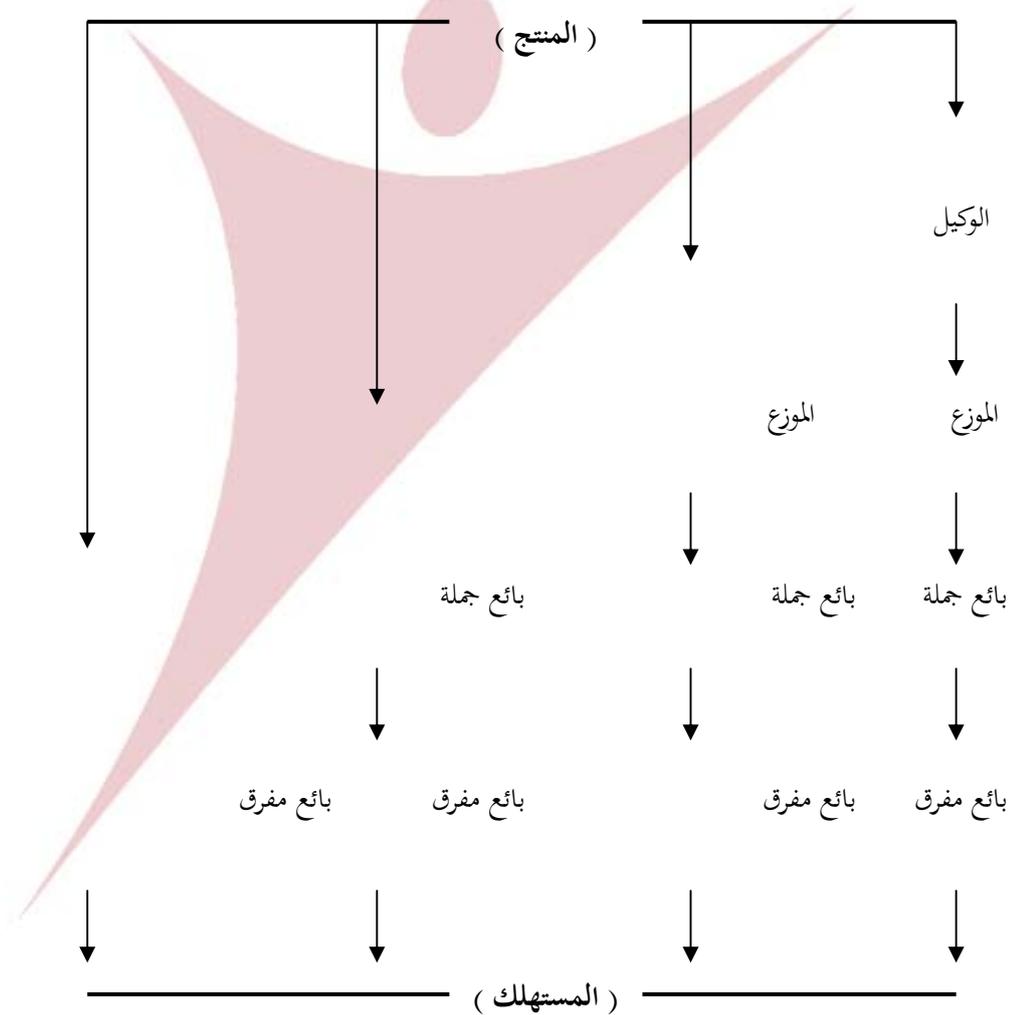
التوزيع (أين تحديد الأسواق حسب طبيعة المنتج)

وملاءمته للسوق والقطاع والزبائن هل يتناسب مع احتياجات الزبائن في المناطق السكنية أو الأسواق الخاصة

وهذا يتطلب: دراسة السوق تخطيط السوق أي توجيه المنتج إلى القطاعات المطلوبة لتحقيق هدف المبيعات (دخل جيد والانتشار والشهرة)

نقطة مهمة جداً هذه العناصر الأساسية الأربعة متصلة، (كل واحدة تكمل الأخرى). فالجودة لوحدها لا تكفي والسعر لوحده لا يكفي. يجب أن تكون العناصر التسويقية متكاملة.

مخطط يبين تعدد الحلقات بين المنتج والمستهلك وأثرها على السعر للمستهلك



جميع الحقوق محفوظة © الأكاڤمية العربية البريطانية للتعليم العالي

