

ثانياً استراتيجية السوق

ورشة التسويق

ثانياً: خطة السوق (استراتيجية السوق).

بعد استكمال مسح السوق وجمع معلومات عن المنتجات/الخدمات المشابهة لسلعتك المقترحة ودراسة ظروف المنافسة، عرض المنتجات . . إلخ، يمكن وضع خطة السوق والتي تتضمن استراتيجيات التسويق من خلال التعرف على أسس المزيج التسويقي والتي تتألف من أربعة عناصر أساسية في التسويق:

1. نوع السلعة(المنتج): من حيث الشكل الخارجي، التصميم، الألوان، التوضيب، التغليف، وما هي التحسينات التي أدخلت على هذه النقاط بالمقارنة مع منتجات المنافسين، جودة اعلى، تشطيب أفضل، أكثر تنوع في المنتجات.
2. السعر: حدد السعر لمنتجك بما يتناسب مع نوعية المنتج، ما هو أعلى سعر تستطيع أن تفرضه وقارن سعرك دائماً مع أسعار المنافسين، وهل ستبيع بسعر أعلى أو أدنى هل ستعطي تسهيلات في البيع لمدة اطول أو ستمنح خصم مقابل البيع بكميات كبيرة.
3. السوق: المكان الذي سيتم فيه شراء السلعة من حيث الموقع الجغرافي (المنطقة) في حال بيع بالمفرق للمستهلك النهائي يصبح الموقع مهماً، كيفية تزيين وترتيب أماكن البيع بما يتلاءم مع فئة المستهلكين ومستوى دخولهم. وسائل التوزيع (توصيل للبيت، خدمة سريعة) أيضاً ساعات العمل.
4. من خلال إعلانات البيع المباشر، المعرض عن طريق البريد وغيره.
5. أذكر الميزة الفضلى للسلعة: بعد تحديد أسس المزيج التسويقي وبالمقارنة مع منتجات المنافسين، يمكن تمييز منتجك عن باقي المنتجات المشابهة أي هل ميزتك الفضلى في نوع السلعة، السعر، وسائل التسويق أو أساليب الترويج أو مزيج بين عنصرين أو أكثر.
6. الحصة المتوقعة من السوق:
من الصعب تحديد حصة المشروع من السوق، حيث أن الأمر يعتمد على قدرة الريادي على بيع منتجاته وعلى مثابته وقدراته، ويمكن الاستعانة ببعض الإرشادات.

فإذا كنت قمت بمسح السوق كما ينبغي فإنك تعرف المعلومات التالية عن منافسيك.

- عددهم (قليل / كثير).

- حجم إنتاجهم (كبير / صغير).

- خصائص منتجاتهم (مشابه لمنتجاتك / مختلف عنها).

وهناك دليل يساعد في اتخاذ القرار يقوم على أساس التعامل مع هذه المعلومات من أجل تقدير الحصة من السوق.

دليل اتخاذ القرار

حصة السوق	صفات إنتاجهم	حجم الإنتاج	عدد المنافسين
0-2.5%	مشابه	كبير	كثير
0-2.5%	مشابه	كبير	قليل
0-5%	مشابه	كبير	واحد
0-5%	مختلف	كبير	كثير
5-10%	مختلف	كبير	قليل
5-10%	مشابه	صغير	كثير
10-15%	مشابه	صغير	قليل
10-15%	مختلف	صغير	كثير
10-15%	مختلف	كبير	واحد
20-30%	مختلف	صغير	قليل
30-50%	مشابه	صغير	واحد
40-80%	مختلف	صغير	واحد
100%	-	-	لا يوجد

ملاحظة: من المفروض أن يكون مشروعك صغيراً عند دخولك السوق.

جميع الحقوق محفوظة © الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي