

Marketing

- ناس كثير عايزة تتخصص فى ال Marketing أو بالفعل شغالة فى المجال و مش عارفة الأقسام او ال Functions الرئيسية الخاصة بال Marketing :
- أول حاجة بشكل بسيط ايه ال Marketing :
- -ادارة التسويق هى الادارة المعنية لمعرفة أهداف الشركة و معنية بدراسة السوق المستهدف و دراسة حالة الشركة لبناء علاقة مستمرة مع العملاء قائمة على تلبية اهدافهم و احتياجاتهم من الخدمات أو المنتجات المقدمة من الشركة ووضع الخطة للتنسيق بين القنوات التسويقية المختلفة

أقسام ال Marketing

١. (Market Research) (بحوث السوق)
٢. (Strategy & Planning) لكافة القنوات التسويقية المختلفة
٣. Marketing Mix (المزيج التسويقي) ويشمل :

- Product
- Price
- Promotion
- Place
- People
- Process
- Psychical evidence

• ال Promotion يشمل أيضا :

- Digital Marketing
- Public Relation
- Direct advertising
- Sales Promotion

٤. Customer relation Management

- وتشمل كل عملية ادارة التواصل مع العملاء قبل و اثناء و بعد اى عملية بيع او استفسار ووضع برامج لخلق تفاعل للتواصل مع العملاء و تلبية احتياجاتهم وليس مجرد بيع فقط

The Marketing Functions

- 1. Product/Service management**
- 2. Marketing information management**
- 3. Pricing**
- 4. Channel management**
- 5. Promotion**
- 6. Selling**

الفرق بين التسويق والمبيعات

- المبيعات تركز على احتياجات الشركة
- التسويق يركز على احتياجات السوق.
- المبيعات يُنظر إلى العميل أو الزبون على أنه الحلقة الأخيرة من دورة إنتاج منتج جديد وبيعه.
- التسويق ينظر إلى العميل على أنه الحلقة الأولى والأكثر أهمية.
- المبيعات تتمحور أحياناً حول إقناع البائع للزبون بشراء المنتج وبالتالي تكون تفاعل فردي محدود

الفرق بين التسويق والمبيعات

• مفهوم المبيعات

- المبيعات هي الجوهر الرئيسي لأي عملية تجارية وخدمية ليست مجانية، جميع الشركات وجهات الأعمال المختلفة تقوم بكافة النشاطات التجارية والاقتصادية بهدف تحقيق المزيد من المبيعات، وإن المبيعات نفسها كمصطلح هي أي عملية تبادل بين بائع وزبون تنتهي بمنح الزبون منتجاً أو خدمة مع حصول البائع على عائدٍ ماديٍّ بعد بيع هذا المنتج.

• مفهوم التسويق

- التسويق هو مجموعة من العمليات والأنشطة التي تشتمل على دراسة وتحليل الأسواق المستهدفة للشركة واثم وضع خطة لإنتاج منتج جديد وتوفيره للمستخدمين. إن أهم ما يتعلق بالتسويق هو التأكد من معرفة أكبر قدرٍ من الناس بالمنتج الجديد وإطلاعهم على ميزاته وما يجعله يتفوق على المنتجات المنافسة.
- المنتجات المنافسة بالتحديد هي من الأسباب الرئيسية لظهور فكرة التسويق، فمع وجود الكثير من المنتجات ضمن أسواق ضيقة بكثرة الشركات لا بد من ابتكار أفكارٍ جذابةٍ وجديدة لشد انتباه الزبائن والحرص على نمو حاجةٍ لديهم للمنتج الجديد.

الفرق بين التسويق والمبيعات

- الفرق بين التسويق والمبيعات
- من خلال معرفة مفاهيم التسويق والمبيعات كي يكون لدينا نظرة أوضح حول الاختلافات والفرق بين الاثنين، ويمكننا أن نستنتج أن هذه الاختلافات الواضحة هي:
- المبيعات هي نقل ملكية منتج من شخص إلى آخر مقابل مبلغ مالي ذو قيمة، أما التسويق فهو تحليل السوق وفهم احتياجات المستخدمين وضمان اهتمامهم بما يكفي بمنتج جديد.
- علاقة المبيعات هي علاقة منفردة بين طرفين فقط، في حين تكون علاقة التسويق مع عدة أطراف وجهات.
- إنَّ مبدأ البيع يعتمد على التركيز حول شيء واحد فحسب وهو ضمان بيع كل ما يتم إنتاجه، أما خطة التسويق فتختص بضمان ترابط جودة ونوع المنتج مع احتياجات المستخدم والمعايير التي يتوقعها.
- التسويق مبدأ لا ينتهي بمجرد البيع والشراء ببساطة وإنما هو من استراتيجيات طويلة المدى لها تأثير على المدى الطويل وتحتاج إلى الكثير من الوقت عكس المبيعات.

الفرق بين التسويق والمبيعات

- مبدأ المبيعات ينظر إلى القيمة النقدية فقط للبيع والشراء، في حين ينظر التسويق إلى ما يسعد المستخدم ويلبي احتياجاته.
- نشاط المبيعات يتم غالبًا من قبل بعض أفراد فقط أو على شكل رقمي، أما التسويق فهو نشاط يحتاج إلى وسائل ترفيه متنوعة وضخمة لتحفيزه.
- المبيعات تركز على احتياجات الشركة، التسويق يركز على احتياجات السوق.
- في المبيعات يُنظر إلى العميل أو الزبون على أنه الحلقة الأخيرة من دورة إنتاج منتج جديد وبيعه، أما التسويق فهو على العكس ينظر إلى العميل على أنه الحلقة الأولى والأكثر أهمية.
- المبيعات تتمحور أحيانًا حول إقناع البائع للزبون بشراء المنتج وبالتالي تكون تفاعل فردي محدود، أما التسويق فهو حركة تفاعلية ضخمة من الشركة لكافة الناس من أجل إقناعهم بجودة المنتج وهذا بدوره يحفز المبيعات.

• ونلاحظ باختصار أن المبيعات وظيفتها محدودة وضيق البعد تهدف فقط إلى زيادة الإيرادات المادية للشركة وبيع المنتجات، عكس التسويق الذي يُعتبر الجانب الذكي للشركة وما يُحفز الزبائن على الاهتمام بمنتجاتها أو على الأقل معرفتها وتذكرها.

الفرق بين الحاجة والرغبة والطلب؟



الفرق بين الحاجة والرغبة والطلب؟

- **الحاجة:** الأشياء الضرورية في حياتك والتي لا يسعك الاستغناء عنها، ومحاولة استغنائك عن أي منها تتمخض عنها العديد من المشاكل.
- **الرغبة:** طريقتك الشخصية في إشباع الحاجة، ففي حالة شعورك بالعطش يمكن أن تشرب مياه الصنبور أو المياه المعدنية أو المياه الغازية.
- **الطلب:** القدرة الشرائية على إشباع الحاجة بالرغبة المتأججة داخل العميل، وهي عملية متغيرة وترتبط ارتباطاً وثيقاً بحالة العملاء المادية، فالجميع قد يرغب في اقتناء سيارة فيراري ولكن هناك فئة محدودة ممن تؤهلهم إمكانياتهم المادة من الحصول على تلك السيارة.



السؤال الهام الآن.. على ماذا يلعب المسوقون .. الحاجة أو
الرغبة؟

الاجابة

- هذا السؤال ليس له إجابة محددة، فاللعب على الحاجة أعمق وأقوى إذا كان المسوقون قادرين على توعية الناس بأنهم بالفعل يحتاجون إلى منتجاتهم، وأن يفصلوهم عن تشكيل رغبات ربما تكون أبعد عن حاجتهم.
- ولكن الأضمن والأسلم من وجهة نظر الكثير من المسوقون هو اللعب على الرغبات، لأنها هي المسيطرة على عقل الناس، وهى التى تتحكم فيهم، وتوجههم.

الفرق بين المنتج والخدمة

الفرق بين المنتج والخدمة

خصائص السلع	خصائص الخدمات
السلع دائما ملموسة	الخدمات تكون دائما غير ملموسة
السلع يمكن تخزينها ونقلها	الخدمات لا يمكن تخزينها أو نقلها
السلع يسهل وصفها وتحديد ملامحها	الخدمات يصعب وصفها
السلع يمكن أن تنتج في أماكن وتوزع في أماكن أخرى تختلف عنها	الخدمات لا تفصل عن مقدمها
السلع يمكن تمييزها بحيث تكون ذات مستوى جودة و خصائص واحدة	الخدمات غير متجانسة و يصعب تمييز مستوى أدائها وجودتها
السلع تخضع لعملية الرقابة وضبط الجودة والقياس	الخدمات غير قابلة للاستدعاء والفحص والقياس
السلع لها استجابة موضوعية	الخدمات لها استجابة عاطفية
الجانب المادي هو الركن الأساسي في إنتاج وتقديم السلعة	الجانب الإنساني ركن أساسي في إنتاج وتقديم الخدمة

ماهى تحديات التسويق في العصر الحديث ؟

- تغير العلاقة بين المستهلك والمسوق
- إثبات مدى جودة منتجاتك في حال عدم وجود منتجات يمكن مقارنتها بها
- استراتيجيات التسويق في ظل الأزمات الاقتصادية والتحديات المعاصرة والتحوللات الاقتصادية المحلية والدولية
- المنافسة الشرسة
- الناحية التكنولوجية
- التأثيرات التي تمارسها التجارة الإلكترونية على العملية التسويقية مثل وسائل التواصل الاجتماعي