

حالات دراسية في التسويق الرقمي

MKT323

أسماء أحمد قصاب

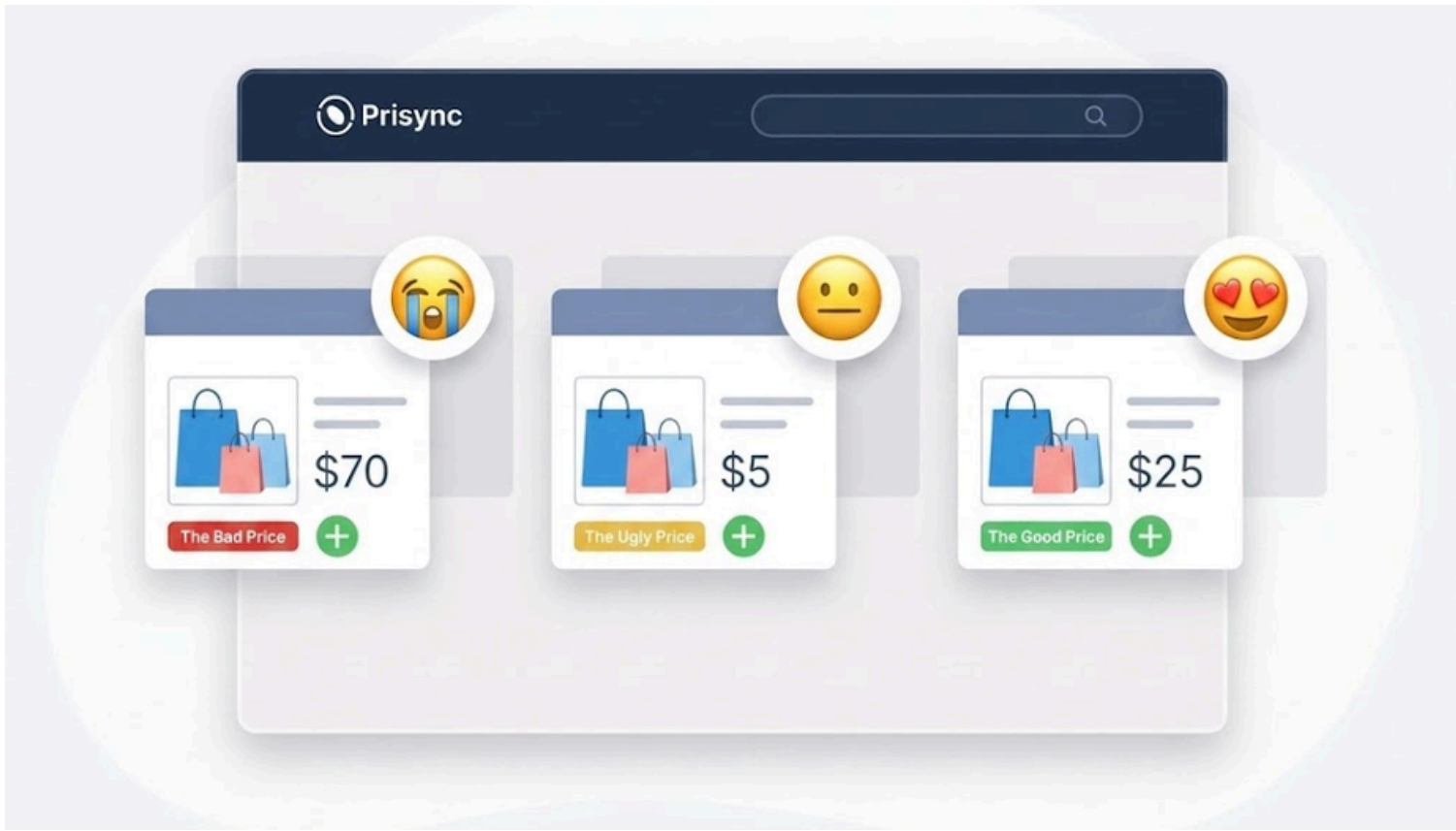
241001836



تعتبر Prisync منصة متخصصة في متابعة أسعار المنافسين وتحليل السوق، حيث تساعد الشركات الإلكترونية على مراقبة تغيرات الأسعار بشكل تلقائي. تقوم الأداة بجمع بيانات أسعار المنتجات من المنافسين، ثم تقدم تقارير تساعد المسوقين ومديري التسعير على تعديل أسعارهم وفقاً لحالة السوق.

تستخدم الشركات هذه الأداة بهدف:

- متابعة أسعار المنافسين بشكل مستمر.
- اكتشاف فرص رفع أو خفض الأسعار.
- تحسين استراتيجية التسعير.
- زيادة القدرة على المنافسة في السوق.



خطوات استخدام Prisync في تطبيق التسعير الديناميكي

بدأت التطبيق العملي بإنشاء حساب تجريبي في منصة Prisync، ثم تم إدخال مجموعة من المنتجات المراد متابعة أسعارها. بعد ذلك تم إضافة روابط المنافسين لنفس المنتجات حتى تقوم الأداة بمراقبة الأسعار والتغيرات بشكل تلقائي.

بعد إدخال البيانات، تقوم الأداة بعرض معلومات **مثل:**

- السعر الحالي للمنتج لدى المنافسين.
 - متوسط سعر السوق.
 - الفرق بين سعر الشركة وأسعار المنافسين.
 - التغيرات التي تحدث في الأسعار خلال فترة زمنية محددة.
- من خلال هذه البيانات تستطيع الشركة اتخاذ قرار مناسب حول تعديل سعر المنتج.

خطوات إنشاء قواعد التسعير

1- الانتقال إلى قسم Pricing Rules.

2- إنشاء قاعدة جديدة (Create Rule).

3- تحديد الشرط (مثل: إذا كان سعر المنافس أقل بنسبة 10%).

4- تحديد الإجراء (مثل: خفض السعر بنسبة 5%).

5- حفظ القاعدة وتفعيلها.

إنشاء قواعد (Rules) للتسعير الديناميكي

تم إنشاء مجموعة من القواعد التي تساعد على تعديل الأسعار تلقائياً حسب ظروف السوق، ومن أمثلتها:

القاعدة الأولى: المنافس لديه سعر أقل

- إذا كان سعر المنافس أقل من سعر الشركة بنسبة 10% أو أكثر.
- يتم تخفيض سعر المنتج بنسبة 5% للحفاظ على المنافسة.

مثال:

إذا كان سعر المنتج لدى الشركة 100 ريال، وسعر المنافس 85 ريال، تقوم القاعدة باقتراح تخفيض السعر إلى 95 ريال.

القاعدة الثانية: زيادة الطلب على المنتج

- إذا زاد الطلب على المنتج بشكل كبير وانخفض المخزون.
- يتم رفع السعر بنسبة بسيطة لتحقيق أرباح أعلى.

مثال:

عند ارتفاع الطلب على منتج معين، يمكن زيادة السعر بنسبة 5% بدلاً من البيع بالسعر الثابت.

القاعدة الثالثة: المحافظة على مكانة العلامة التجارية

- إذا كانت الشركة تقدم جودة أعلى من المنافسين.
- لا يتم خفض السعر مباشرة، بل يتم المحافظة على السعر أو رفعه قليلاً بسبب القيمة الإضافية التي تقدمها العلامة التجارية.

الخاتمة

من خلال تطبيق أداة Prisync يتضح أن التسعير الديناميكي أصبح وسيلة مهمة تساعد الشركات على فهم السوق والتفاعل معه بسرعة. فبدلاً من استخدام سعر ثابت لفترة طويلة، تستطيع الشركات تعديل أسعارها بناءً على المنافسة ومستوى الطلب وسلوك العملاء، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية وزيادة الأرباح.