

إدارة التسويق

الأستاذ الدكتور علي الخضر

الجامعة السورية الخاصة
SYRIAN PRIVATE UNIVERSITY

➤ مفهوم إدارة التسويق

تلك الإدارة التي تقوم بتخطيط وتنظيم

ورقابة وتوجيه وتنفيذ أوجه النشاط المتعلقة

بانسياب السلع والخدمات من المنتج

إلى المستهلك الأخير.



1. أهمية التسويق

- ✓ يعمل التسويق على تحديد وتلبية الاحتياجات الإنسانية والاجتماعية
- ✓ عادة ما يعتمد النجاح المالي للشركات على مقدراتها التسويقية
- ✓ إن الشركات الأكثر تعرضاً للخطر هي تلك التي لا تراقب بدقة عملائها ومنافسيها وتعمل على تقديم عروض متميزة مع منتجاتها

2. ما الذي نقوم بتسويقه

المنتجات ✓

الأحداث ✓

الخبرات العملية ✓

الأشخاص ✓

الأماكن ✓

المنظمات ✓

المعلومات ✓

الأفكار ✓

3. التسويق لمنشآت الأعمال والمستهلك النهائي

✓ تترايط القوى الاجتماعية أحيانا لخلق سلوكيات جديدة، فرص جديدة، وتحديات

جديدة منها:

- التغيرات التكنولوجية
- العولمة
- القيود التنظيمية
- التخصص
- التخصيص
- اشتداد المنافسة
- تقارب الصناعة
- إلغاء الوسطاء



3. التسويق لمنشآت الأعمال والمستهلك النهائي

- ✓ اختلاف نظرة التسويق للمستهلك النهائي عن نظرة التسويق في مؤسسات الأعمال
- ✓ التسويق بالنسبة للمستهلك: عملية تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لخلق عملية التبادل وإشباع حاجات الفرد وتحقيق الأهداف التنظيمية للشركة
- ✓ التسويق بالنسبة لمؤسسات الأعمال: عملية تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع لمنتجات الأعمال التي تشبع أهداف المشتري والبائع في منظمات الأعمال
- ✓ تعرف الأعمال من خلال 3 أبعاد: مجموعات المستهلكين، احتياجات المستهلكين، استخدام التكنولوجيا

4. التسويق الجماهيري والتسويق الشخصي

- ✓ التطورات الحاصلة في مجال الأعمال وتضخم أحجام الشركات وفر الكثير من المعلومات حول المستهلكين في أنحاء العالم وهذا ما جعل الشركات تتحول من التسويق لمنتجاتها بالطريقة الجماهيرية إلى الطريقة المخصصة حسب كل شريحة من شرائح المستهلكين
- ✓ تختلف شرائح المستهلكين حسب صفاتها التي تحملها مثل اختلافها حسب البلاد والرقعة الجغرافية أو حسب الصفات الديمغرافية
- ✓ تختلف الشرائح حسب طبيعة الأعمال التي تمارسها الشركة

5.التحول مع الزبائن من التعاملات والعلاقات

من خلال العديد من الطرق التي تضمن ولاء الزبائن وتعاملهم مع الشركة
دون منافسيها من خلال:

✓ منح المستهلك أكثر ما يتوقع

✓ خلق قنوات تواصل دائمة مع المستهلك بما يضمن التغذية الرجعية

والحصول على معلومات تطور المستهلك

✓ إيجاد الطرق التي تضمن التواصل الدائم مع الزبون

