

الخطة التالية هي خطة تسويق مشروع متجر "سيمفوني" للأدوات الموسيقية

أ- السوق المستهدف:

طلاب المعاهد الموسيقية الخاصة في مدينة حمص

طلاب الموسيقى في جامعة البعث

الشباب المهتمين بجمع الآلات الموسيقية

متاجر التجزئة

1- سيكون هدفنا الرئيسي البيع:

النسبة المتوقعة من إجمالي نسبة البيع

النسبة المتوقعة من إجمالي نسبة البيع	
أ) القطاع الخاص	40%
ب) تجارة الجملة	-
ج) تجارة التجزئة	10%
د) الجهات الحكومية	-
هـ) جهات أخرى	50%

2- سيتم تحديد العملاء المستهدفين حسب:

- أ) نوع المنتج آلة موسيقية
 - ب) المنطقة الجغرافية هي مدينة حمص
 - ج) سيكون هدفنا حجم مبيعات قدره 200 آلة في الشهر و300 في مواسم البيع
- 3- كم تتوقع أن يبلغ حجم إنفاق السوق الذي نستهدفه على نوع السلع أو الخدمات التي ننتجها خلال العام القادم؟ – 50 مليون ليرة سورية.

ب - المنافسة:

1- من هم المنافسين لنا؟

المنافس الأول:

- الاسم: متجر لامي للأدوات الموسيقية
- العنوان: حمص شارع الحضارة بجانب مقهى جدل
- عدد سنوات العمل: 3
- نصيب المنافس من السوق: 60%
- سياسة تسعير المنتج أو الخدمة: مبيع بسعر عالي مع خصومات أيام الأعياد

المنافس الثاني:

- الاسم: متجر الدربولي
- العنوان: حمص دوار النزهة بجانب بنك بيمو
- عدد سنوات العمل: 5
- نصيب المنافس من السوق: 30%
- سياسة تسعير المنتج أو الخدمة: تحقيق ربح عالي على مستوى القطعة وإضافة هدايا مجانية

المنافس الثالث:

- الاسم: متجر شاهين
- العنوان: حمص الحميدية الشارع الرئيسي
- عدد سنوات العمل: 5
- نصيب المنافس من السوق: 30%
- سياسة تسعير المنتج أو الخدمة: تحقيق ربح عالي على مستوى القطعة وإضافة هدايا مجانية

2- ما هي درجة المنافسة في السوق:

- متوسطة

3- اكتب عناصر القوة والضعف لديك مقارنة بمنافسيك:

أوجه القوة	أوجه الضعف
سهولة الوصول للمنتجات في أي وقت و من أي مكان	بعيد نسبيا عن الجامعة و السكن الجامعي
إمكانية متابعة المنتج كإصلاح الآلات و تأمين الكماليات	لا توجد شهرة سابقة مثل المنافسين
يوجد حرفيين لانتاج بعض الآلات يدوياً	-

ج - البيئة أو العوامل الخارجية:

1. فيما يلي بعض العوامل الاقتصادية الهامة التي يمكن أن تؤثر على المنتج أو الخدمة التي توفرها

- ارتفاع أو انخفاض سعر الدولار
- ارتفاع رواتب الموظفين

2. تحليل السلعة أو الخدمة:

- آلة موسيقية حقيقية

1. مقارنة:

أ) ما هي الميزة التي توجد لدى السلعة أو الخدمة التي تقدمها وتتفوق بها عن غيرها من السلع أو الخدمات المنافسة

- صنع أوروبي

ب) ما هي أوجه القصور بالنسبة للسلعة أو الخدمة التي توفرها ؟

- السعر العالي

3. استراتيجيات التسويق . المزج بين عناصر السوق:

أ- الانطباع أو الصورة الذهنية للمنتج لدى العميل.

- غالي لكنه فائق الجودة

ب- السمات:

1. أكتب السمات التي ستؤكد عليها:

- الجودة العالية

● المتانة

●

ت- تسعير المنتج أو الخدمة:

1. سنستخدم سياسة التسعير التالية:

● تحديد نسبة ربح محددة تضاف على التكلفة — ما هي نسبة الربح؟ 10%

● سعر تنافسي بالنسبة للسوق

2- هل تتناسب أسعار منتجاتنا مع انطباع العملاء عن المنتج؟

● نعم

3- هل يمكن تغطية أسعار منتجاتنا تكاليف المنتج مع وجود هامش ربح معقول؟

● نعم

ث - خدمة العملاء:

1. أكتب ما هي الخدمات التي تقدمها للعملاء:

● تغليف مميز

● توصيل مجاني

2. أذكر شروط البيع التي تعرضها على عملاءك (أو شروط الأقساط)

● البيع نقدا

ج - الدعاية والترويج والإعلان عن المنتج:

1. هذا ما نريد أن نقوله عن المشروع:

● متع نفسك بأجمل الأصوات و استعد لخوض تجربة مميزة بعد شرائك أحد الأدوات من متجرنا

●

2. سنقوم باستخدام وسائل الدعاية والإعلان التالية:

● تليفزيون

● لوحات الإعلانات بالطرق

3. فيما يلي أسباب اختيارنا للوسائل الإعلانية السابقة الذكر:

● الأكثر تأثيرا في هذه المنطقة

● سعر معقول