

## تابع الفصل الثالث: دراسة الجدوى

• تابع المزيج التسويقي: إعداد ركائز الخطة التسويقية للمنتج أو الخدمة:-  
3. الترويج:-

هو أحد أهم عناصر المزيج التسويقي حيث يشير إلى جميع الأنشطة التي تهدف إلى توصيل المنتج أو الخدمة إلى السوق المستهدفة. يساعد الترويج والإعلان في زيادة الوعي بالعلامة التجارية، وجذب العملاء المحتملين وتحفيز المبيعات.

○ أهداف الترويج والإعلان:-

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- بناء صورة إيجابية للعلامة التجارية.
- زيادة المبيعات.
- خلق ولاء العملاء.

○ أساليب الترويج والإعلان:-

- الإعلان: استخدام وسائل الاعلام المختلفة لنشر رسائل إعلانية تروج للعلامة التجارية ومنتجاتها أو خدماتها التلفزيون والراديو والمجلات والانترنت.
- العلاقات العامة: بناء علاقات ايجابية مع وسائل الاعلام والجمهور لخلق صورة ايجابية للعلامة التجارية.
- التسويق المباشر: التواصل مع المستهلكين بشكل مباشر من خلال رسائل البريد الالكتروني والرسائل النصية والهاتف.
- ترويج المبيعات: تقديم عروض ترويجية مثل الخصومات والعروض المجانية والمسابقات.
- التسويق الرقمي: استخدام الإنترنت للترويج للعلامة التجارية ومنتجاتها او خدماتها مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني.
- التسويق بالمؤثرين: التعاون مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للعلامة التجارية.
- التسويق عبر الهاتف المحمول: استخدام الهواتف المحمولة للترويج للعلامة التجارية مثل الرسائل النصية والتطبيقات والاعلانات المستهدفة.

○ عوامل يجب مراعاتها عند اختيار أساليب الترويج والإعلان:-

- السوق المستهدف: يجب تتناسب أساليب الترويج والإعلان مع احتياجات ورغبات المستهلكين المستهدفين.
- الميزانية: يجب تتناسب تكاليف أساليب الترويج والإعلان مع ميزانية المشروع.
- المنتج أو الخدمة: يجب تتناسب أساليب الترويج والإعلان مع نوع المنتج او الخدمة.
- المنافسة: يجب ان تختلف أساليب الترويج والإعلان عن أساليب الترويج والاعلان التي يستخدمها المنافسون.

○ نصائح لفعالية الترويج والإعلان:-

- تحديد أهداف واضحة: للترويج والإعلان قبل البدء في اي حملة.
- استخدام رسائل قوية: يجب ان تكون رسائل الترويج والإعلان قوية تلفت انتباه المستهلكين.
- استهداف الجمهور المناسب: برسائل الترويج والإعلان.
- قياس النتائج: لحملات الترويج والإعلان بشكل دورى وإجراء التعديلات اللازمة.

#### 4. البيع:-

هو أحد أهم عناصر المزيج التسويقي، تحدد كيفية بيع المنتج او الخدمة للعملاء. وتشمل إجراءات البيع العديد من الخطوات بدءاً من تحديد احتياجات العميل إلى اتمام عملية الدفع.

##### ○ أساليب البيع:-

- البيع النقدي.
- البيع الاجل: مثل الدفع بالتقسيط أو الدفع بالاجل.
- البيع المباشر: مثل المتاجر او عبر الانترنت.
- البيع بالجملة: يتم البيع بكميات كبيرة إلى التجار او الموزعين.

##### ○ شروط السداد:-

- الشروط النقدية.
- الشروط الآجل: مثل الدفع لاحقا 30 يوما أو 60 يوما او 90 يوما.
- الشروط الخاصة: مثل الدفع بالتقسيط او الدفع بالأجل مع فوائد.

##### ○ طرق التحصيل:-

- التحصيل النقدي.
- التحويل المصرفي.
- الشيك.
- بطاقات الائتمان.

#### ● الخطة التسويقية:-

لتحقيق النجاح في السوق لابد من وضع خطة للتسويق وبالتالي تصبح الخطة بمثابة الموجة العام التحقيق أهداف وتحقيق أكبر ربح وعائد مادي وتقديم سلعة منافسة من حيث السعر والجودة والحصول على حصة السوق المستحق.

##### ○ مراحل إعداد الخطة التسويقية:-

- تحديد الهدف.
- تحليل الموقف.
- تطوير استراتيجيات التسويق.
- إعداد برامج التسويق.
- تحديد الميزانية.
- قياس النتائج.

#### ● التنبؤ بالطلب:-

يعد التنبؤ بالطلب عنصراً مهماً في أي عمل تجاري، حيث يساعد الشركات على التخطيط بشكل فعال، والمخزون والتسويق والمبيعات.

1 ما هو التنبؤ بالطلب: هو عملية توقع الطلب المستقبلي على منتج أو خدمة معينة خلال فترة زمنية محددة.

##### 2 ما هي فوائد التنبؤ بالطلب:-

- تحسين كفاءة الإنتاج والمخزون.
- تحسين العمليات المالية.
- تحسين خدمة العملاء.
- تعزيز التخطيط الاستراتيجي.

### 3 طرق التنبؤ بالطلب تتنوع هذه الطرق بين الكمية والنوعية:-

#### ○ الطرق الكمية:-

- نموذج المتوسط المتحرك.
- نموذج الانحدار الخطي.
- نموذج سلسلة زمنية.

#### ○ الطرق النوعية:-

- استطلاع الرأي.
- مجموعات التركيز.
- تحليل اتجاهات السوق.

4 اختيار طريقة التنبؤ المناسبة: يعتمد اختيار طريقة التنبؤ المناسبة على نوع المنتج أو الخدمة، توافر البيانات الميزانية، الدقة المطلوبة، الأفق الزمني للتنبؤ.

"ومن المهم استخدام مزيج من الطرق للحصول على تنبؤات أكثر دقة"

#### 5 عوامل تؤثر على دقة التنبؤ بالطلب:-

- جودة البيانات التاريخية: حيث تكون دقيقة وموثوقة.
- تعقيد السوق: حيث السوق الأكثر تعقيداً يزداد صعوبة التنبؤ بالطلب بدقة.
- العوامل الخارجية: مثل الكوارث الطبيعية والتغيرات الاقتصادية.

#### 6 أفضل ممارسات التنبؤ بالطلب:-

- استخدام مزيج من الطرق: الكمية والنوعية يتيح الحصول على تنبؤات أكثر دقة.
- تحديث البيانات بشكل دوري: لضمان دقة التنبؤات.
- مراقبة النتائج: مراقبة نتائج التنبؤات وتعديلها حسب الحاجة.

### • نصائح تسويقية سريعة للمستثمر الصغير:-

يواجه المستثمرون الصغار سواء كانوا رواد أعمال أو أصحاب مشاريع منزلية، تحديات كبيرة في التسويق لمنتجاتهم أو خدماتهم.

"ولكن لا داعي للقلق"

#### ○ ومن النصائح التسويقية السريعة:-

- حدد جمهورك المستهدف.
- حدد قيمة منتجك أو خدمتك.
- حدد ميزانيتك التسويقية.
- استخدم مزيجاً من قنوات التسويق: مثل التسويق عبر الانترنت التسويق التقليدي، التسويق المباشر.
- ركز على بناء علاقات مع عملائك.
- قياس نتائجك.

#### ○ نصائح أخرى إضافية:-

- استخدم محتوى جذاب.
- كن نشطاً على وسائل التواصل الاجتماعي.
- استفد من الترويج المجاني.
- كن صبوراً.

- أدوات مجانية ورخصة للتسويق:-
  - Canva: أداة لإنشاء تصاميم احترافية مجاناً.
  - Hootsuite: أداة لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي مجاناً.
  - MailChimp: أداة للتسويق عبر البريد الإلكتروني مجاناً.
  - Google Analy: أداة لتحليل حركة مرور موقع الويب مجاناً.
  - Upwork: موقع للعثور على مستقلين بأسعار معقولة.

• سؤال المحاضرة:

1. ما هي اساليب التنبؤ بالطلب؟
2. أعطى نصائح تسويقية سريعة للمستثمر الصغير؟

ملحوظة مهمة

هذا الملخص خاصة بقناة وجروب هادف فقط لا غير.

يجب ان تعلم عزيزي الطالب ان تلك الملخصات مجانا ويتم عملها لوجه الله تعالى ونحن غير مسئولين عن اي جروب اخر يتحدث باسم الجروب الخاص بنا او اي شخص يقوم باستغلالك ماديا وربنا يوفقكم جميعا....

لينكات هادف هتلاقوها هنا

<https://hadeef.farghaly.online>