

بسم الله الرحمن الرحيم

Marketing

پا

بازاریابی



تعریف

الف: از لحاظ بازار

عبارت از تبلیغ و فروش یعنی تولید اقلامی که فروش دارد و فروش اقلامی که تولید شده است.

ب: از لحاظ فروش

عبارت از یک پروسه اجتماعی و تدویری بوده که توسط آن تولید کنندگان تجارت خویشرا از طریق تبادله کالا و ارزشها بین همیگر انجام میدهند تا بتوانند فروش و تولید شان متداوم تأمین گردد.

(5 P's of Marketing) بازاریابی 5

- .1 **Product** تولید: چه باید تولید شود و مشتریان چه میخواهند.
- .2 **Place** جای: تولیدات در کجا به فروش برسد.
- .3 **Promotion** تشویق: جلب مشتریان ذریعه نشریه ها ، اعلانات لفظی ، نشانه یا علامات خاص و برای اندادختن پروگرامهای خاص از طریق رسانه های گروهی
- .4 **Price** قیمت: که به اساس قیمت تمام شد و کیفیت کالاها و تقاضای مشتریان تعیین میگردد.
- .5 **Packaging** بسته بندی: به خاطر انتقال مناسب کالاها ، تشویق مشتریان و خراب نشدن کالاها در تجارت اهمیت خاص دارد.

تحقیقات در بازاریابی

(Research in Marketing)

تحقیقات در بازاریابی فکتور عمدہ ایست کہ توسط آن میتوان ضروریات و تقاضاہای مشتریان را دانست.

تحقیقات و یا جمع آوری معلومات به دو نوع اند:

معلومات ابتدائی (Primary Data)

- .1 مشاهدات
- .2 سروی
- .3 مصاحبه
- .4 تجربه و امتحان

معلومات ثانوی (Secondary Data)

درین طریق میتوان در مورد خصوصیات مردم ، شرایط اقلیمی و شرایط اقتصادی یک منطقه از منابع دومی مثلًا دولت و یا مؤسسات دیگر به دست آورد.

تقسیم بندی بازار یا Marketing Segmentation

تفکیک نمودن مشتریان به گروپهای مشخص که دارای خصوصیات مشابه اقتصادی و اجتماعی باشند.

- .1 از لحاظ موقعیت جغرافیائی
- .2 شهری و روستائی
- .3 طفل ، زن و مرد
- .4 سن ، وظیفه ، نژاد و قوم

با تقسیم بندی بازار میتوان کالا های مورد ضرورت هر گروپ از مشتریان را تعیین و تولید نمود.

ستراتیژی خوب در تعیین قیمت

- .1 فصل سال و موقعیت جغرافیایی : **Seasonal or geographical** در اوقات مختلف سال و موقعیت جغرافیایی مختلف قیمت کالا متفاوت میباشد.
- .2 عرضه و تقاضا : **Supply and Demand** صورتیکه عرضه زیاد باشد پائین و در صورت تقاضای زیاد ، زیاد میشود. مثلًا قیمت میوه جات در وقت جمع آوری پائین میباشد.
- .3 قیمت مارکیت : **Market price** متناسب با علاقمندی مشتریان بوده که تقاضای متداوم مشتریان در آن نهفته است.
- .4 عرضه کالاهای جدید : **Increasing Market Share** بعضًا کالاهای جدید در بازار به قیمت پائینتر عرضه میشود که تأثیر مستقیم بالای قیمت کالاهای که قبلاً تولید شده است، دارد.

- . 5. قیمت به اساس مقدار **Quantity Discounts** : هرگاه مشتریان یک مقدار بیشتر از کالا ها را خریداری نمایند تولید کننده قیمت کالا را پائین میسازد.
- . 6. قیمت به اساس مقدار **Quantity Discounts** : هرگاه مشتریان یک مقدار بیشتر از کالا ها را خریداری نمایند تولید کننده قیمت کالا را پائین میسازد.
- . 7. ارزش حقیقی و مفاد : که به **Real cost or certain amount of profit** : که به اساس قیمت تمام شد کالاها و مفاد متوقعه تعیین میگردد.

ترتیب ستراتیژی خوب در بازاریابی یا Developing a marketing strategy

نفاضای مارکیت چیست؟

What does the market want?

توانمندی مشتریان به کدام پیمانه است؟

How much are they willing to pay?

چطور میتوان ارزش یک کالا را بالا برد؟

How can we add value to a product?

قیمت تمام شد کالا ها به چه مقدار است؟

What is the cost of making the product?

کالا های چطور تولید و کیفیت آن بلند برده میشود؟

How to produce and improve the quality of products?

در کجا میتوان مشتریان را تشویق و تولید را به فروش رساند؟

Where can promote and sell precuts?

چه چیز باعث برتری نسبت به دیگر تولید کنندگان شده میتواند؟

What make different from the others?

■ کالا های چطور تولید و کیفیت آن بلند برده میشود؟

How to produce and improve the quality of products?

■ در کجا میتوان مشتریان را تشویق و تولید را به فروش رساند؟

Where can promote and sell precuts?

■ چه چیز باعث برتری نسبت به دیگر تولید کنندگان شده میتواند؟

What make different form the others?

کیفیت خوب قناعت مشتریان را فراهم می‌سازد

Quality Satisfies the Customers

هرگاه در وقت عرضه ، کیفیت کالا های به صورت دوامدار ثابت باقی بماند تقاضای مشتریان نیز به صورت دوامدار نسبت به کالا های مذکور ثابت باقی میماند.

تنوع و مقدار کافی با در نظر داشت کیفیت ثابت قناعت مشتریان را همواره فراهم مینماید.

بهبود کیفیت در کالا ها به صورت متداوم باعث جلب مشتریان میگردد. (کوشش شود تا پروسه بهبود کیفیت کالاها مؤثرانه بدون ضیاع و قیمت کم صورت گیرد.)

چطور میتوان تولید را مشهور ساخت؟ How to popularize a product?

Branding علامه گذاری:

نام، لیبل و دیزاین همیش مورد اعتماد و علاقمندی مشتریان قرار میگیرد.

Packaging بسته بندی:

طریق و به بسیار سادگی توسط مشتریان از دیگر کالاهای تفکیک گردد.

Advertising اعلانات:

در صورتیکه نام ، لیبل و کیفیت کالاهای به مشتریان معرفی باشد ، میتوان مقدار زیاد کالاهای را از طریق اشتهرات و برآه انداختن نمایشات و غیره به فروش رسانید.

سیستم معلوماتی Information Database

- عبارت از سیستمی است که معلومات متداوم در مودر بازار، محل فروش و زمان فروش کالا را به دسترس ما قرار میدهد.
- پیشگویی در مودر اینکه چه نوع کالاهای قابل فروش است و ترتیب پلان آن.
- آگاهی در مورد فروش کالاهای متنوع در کجا و چه وقت

سیستم معلوماتی Information Database

- معلومات در مورد اوقات مناسن فروش کالاها، مشکلات و تغییرات غیر مترقبه و زمینه های خوب فروش بیشتر کالاها
- هرگاه تقاضای کالاها در یک منطقه زیاد شود به اساس معلومات میتوان کالاهای بیشتری را فرستاد و به فروش رسانید.
- هرگاه تقاضا به تعضی از کالاها دفعتاً کم میشود میتوان به اساس معلومات در ارسال کالاهای بیشتر ، مصارف خدماتی و ترانسپورتی جلوگیری به عمل آید.

رهنمود جهت بازاریابی موفق

Action for Successful Marketing

- **Research** تحقیق در مورد تقاضای مشتریان
- **Develop strategy** ترتیب ستراتیژی و پلان بازاریابی
- **Establish structure** تأسیس کوپراتیف و مؤسسات تجاری
- **Standardize products** داشتن تولید و کالاهای استندرد

رهنمود جهت بازاریابی موفق

Action for Successful Marketing

- **Continually improvement** بهبودی متداوم و مسلسل پروسه تولید کالاها و تولیدات
- **Add value to products** بلند بردن ارزش تولید و پروسه تولید
- **Invest in new technology** سرمایه گذاری در تکنالوژی جدید
- **Invest in training** سرمایه گذاری در تعلیم و تربیة افراد مربوط ب تولید
- **Look for ways for promotion** جستجوی راه های تشویق و ترغیب مشتریان در داخل و خارج.

نهیه شده توسط انجنیر عصمت الله "حیدری"