

# اساسات مارکیٹنگ یا بازار یابی

# منہج دست آور دی زراعت

---

تھیہ کننده : داکٹر اچ بی سینگ

# مارکیتنگ چه است؟

---

- مارکیتنگ عبارت از ایجاد یک زندگی مطمئن میباشد.
- مارکیتنگ عبارت از عملیه ایجاد یک پلان گذاری و آگاهی درباره قیمت؛ ارتقا و توضیع اموال و خدمات که باعث تغیرات قناعت بخش در اهداف شخصی؛ سازمان و یا موسسه گردد.

# تعريف مارکیتنگ :

مارکیتنگ عبارتند از عملیه است که بوسیله آن یک شخص و یک گروپ اشخاص جهت ضرورت و خواست آنها در جریان تبادله محصول و قیمت آن بادیگران به کار میگردد.

# فکتورهایی که مربوط به مستهلكین میباشد

---

- ضرورت ها
- ارزش و رضایت
- خواستگاری ها
- تبادله معامله
- تقاضا
- تولیدات یا محصولات

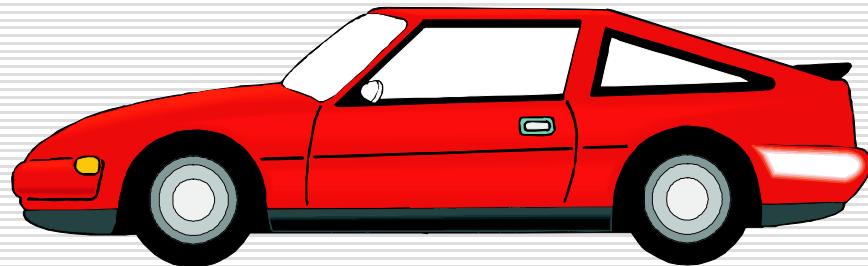
# ضروریات، خواستنی ها و تقاضا

---

- ضرورت یکی از جمله نیازمندی های اساسی بشر است مانند غذا، لباس، پناهگاه، حمل و نقل وغیره.
- خواست یکی از آرزوها و خواهشات است که از طریق آن ضرورت ها انتخاب میگردد.
- تقاضایک از خواستهای بعدی است که توسط قوه اقتصاد در تبادله داخل میگردد.

# ضروریات و خواست ها

---



nvtech

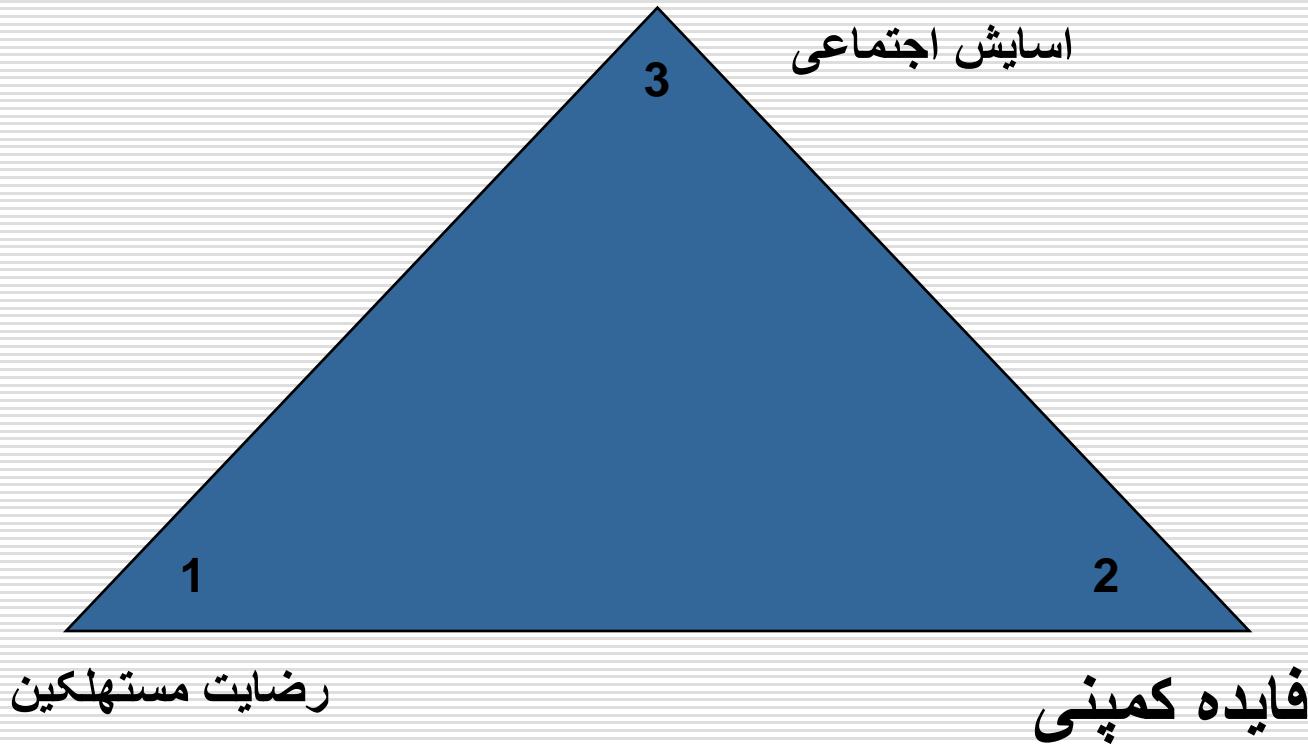
# مارکیتنگ ضرورت ها، خواسته ها و تقاضا

---

- مارکیتنگ نمیتواند ضروریات را خلق نماید.
- مارکیتنگ میتواند خواستها توسط مکالمه اعلانات ورشد کافی و مناسب نفوذ نماید.
- مارکیتنگ میتواند رضایت، تقاضا با به عهده گرفتن تمام فعالیت ها را به ارتباط مستهلكین و ضرورت ها انجام دهد.

# کلید توجه مارکیٹنگ

---



# چهار بخش مارکیٹنگ

---



# ارزش و رضایت

---

یک مستهلك یا مشتری تعین **ارزش وبها** یک محصول را مینماید و یا کاری که به اساس آن **رضایت و قناعت** مشتری را بعد از استعمال حاصل نماید.

# معاملات (تبادلات) هر تجارت

---

دراينجا باید حداقل دو طرف یا دو جانب باشد.

هر طرف تا اندازه ارزش به جانب دیگر خود دارد.

هر جانب قابل مکالمه و ارتباطات تحويل گيري مي باشد.

هر جانب ازاد است که پنهان را قبول و يا رد کند.

هر جانب خواهان معامله بایگانیگر است.

# عملیه یاروند تبادله

---

- جستجو برای خریدار (پیکرد کردن)
- مشخصی کردن ضرورت های که آنها (جستجو مارکیت)
- طرح تولیدات و خدمات که طرق رضایت ضروریات آنها باشد  
(انکشاف تولیدات و تحقیقات )
- رشد و ارتقاء تولیدات (مکالمه , اعلانات , رشد و ترقی ذخیره و تسليمی محصول و خدمات (توضیع)
- ارزش تولیدات (قیمت )

# مارکیت

---

- مارکیت از نگاه اقتصاد عبارتنداز مجموع خریداران و فروشنده ها میباشد.
  
  - مارکیت از نگاه بازاریابی عبارتنداز مجموع مستهلكین و مشترکین مخصوص ؛ ضروريات یا خواستنیها میباشد.
-

# مفکورہ جدید بازاریابی (ملکیت نئگ)

---

# مفهوم بازاریابی

---

## □ مفهوم تولیدات

انکشاف تولید محصول خوب که مستهلكین را وادار به خرید مینماید.

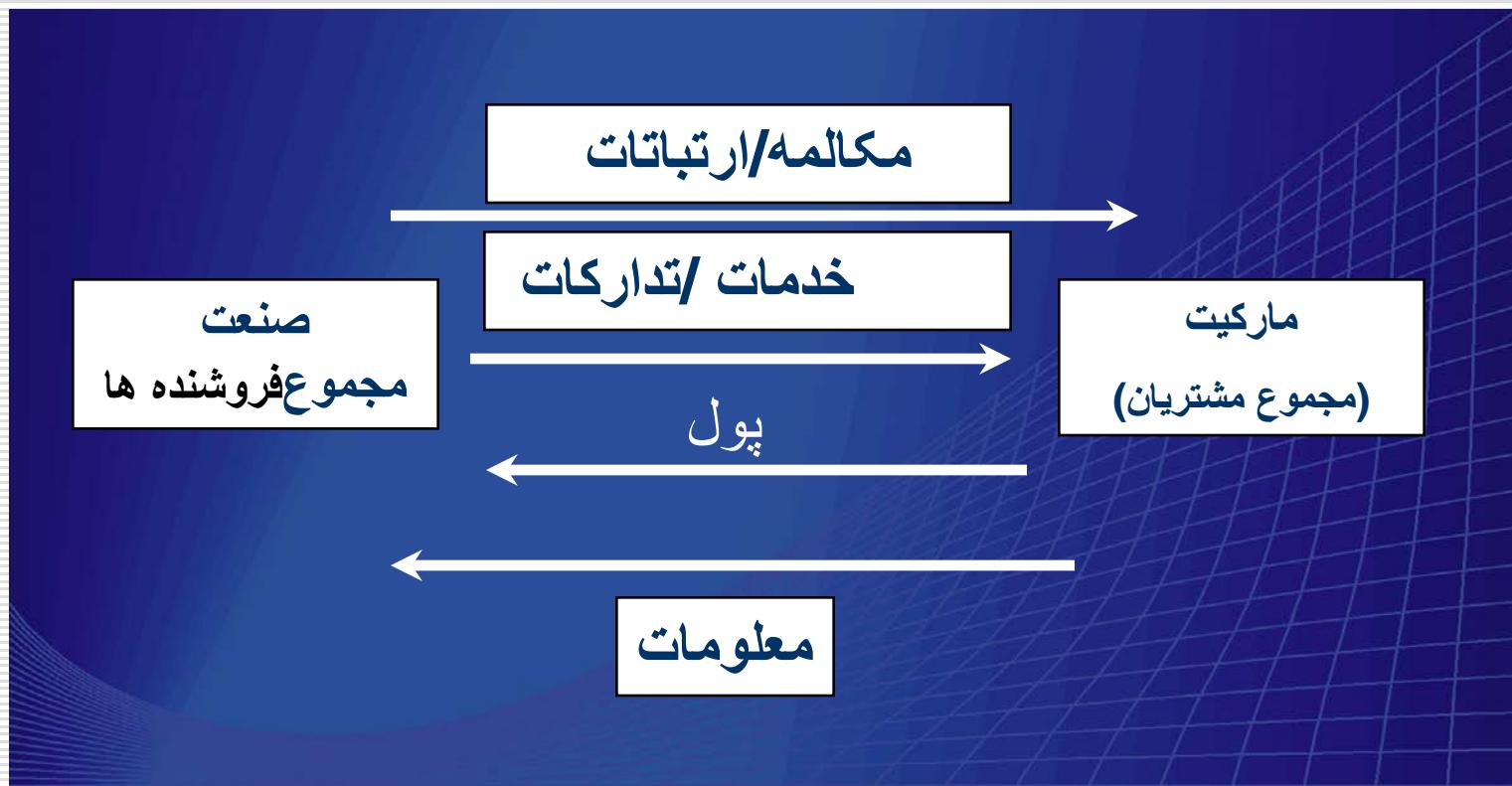
## □ مفهوم فروش

- ارتقاء زیاد و باکیفیت تولیدات باعث فروش میگردد.

## □ مفهوم بازاریابی

- کار و کوشش بخاطر آماده ساختن ضروریات و نیازمندی های مشتری .

# سیستم ساده بازاریابی



# اختلافات در نزدیکی



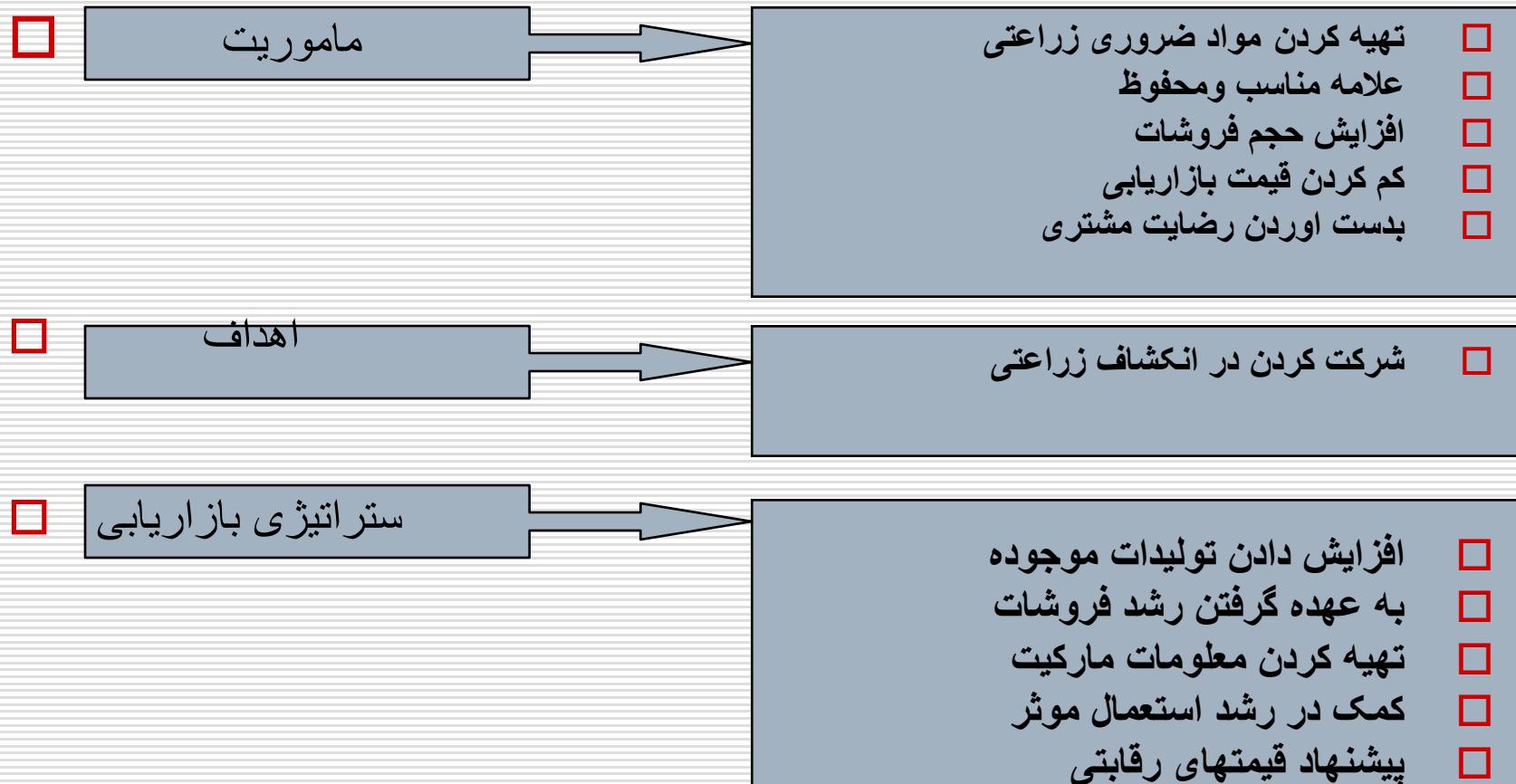
# فروش و مارکیتنگ

فعالیت	فروش	بازاریابی
نقطه شروع	تولیدات	مارکیت
مرکز	تولیدات موجوده	ضروریات مستهلكین
ستراتیژی	خلق کردن علاقه بواسطه تبلیغات و بدست اوردن پول رایج	ارزیابی ضروریات مستهلكین و تحویل تدارکات و خدمات

# فرق بین فروش و بازار یابی

فعالیت ها	فروشات	بازاریابی
مفهوم	تهیه سریع و اعلانات	یک سیستم همه جانبی مارکیتنگ
مقاصد	فاایده اعظمی محصول دست داشته در توسعه تجارت	رضایت پایدار مشتری ، انکشاف اجتماع ، بازگشت مناسب

# براه اندازی یگ پلان تجارتی برای شرکت های زراعتی

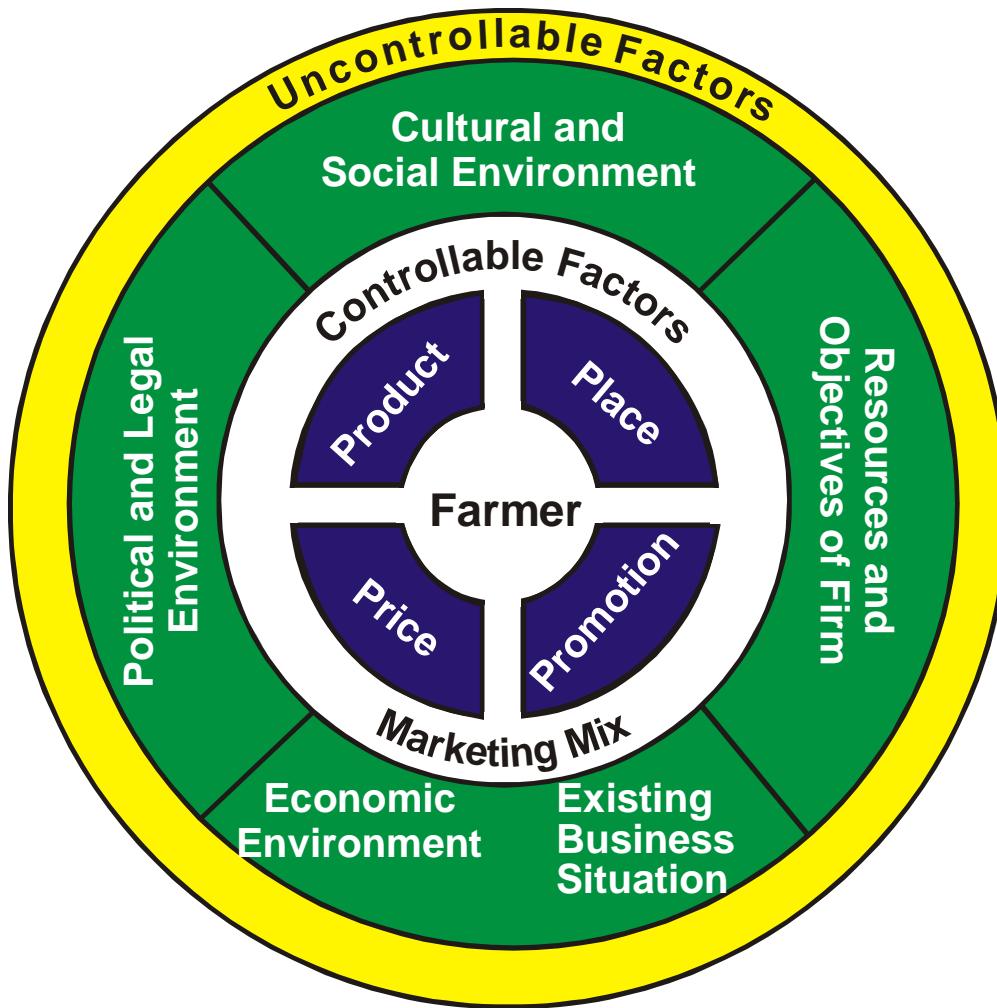


# بازاریابی مشتمل از ۴ بخش است

---

- تولید - مال التجاره , خدمات , مکان , مفکورها
  - مکان - طریق توضیع , پرچون فروشی
  - قیمت - ارزش برای مشتری
  - رشدیا ارتقاء - مکالمه , اعلانات
-

# چهار(4) وظیفہ مارکیٹنگ



# احداث مارکیٹنگ

استعمال چاربخش  
( افزار )

# تداویهای ستراتیجی تولید

---

□ تولید

\* ضروریات مارکیت □

\* ابتکار موجوده و پیشرفت □

\* تکمیلی □

\* تنوع دادن \*

■ خصوصیات و فواید (بی نظیر)

■ بسته بندی کردن

\* اندازه بسته بندی

\* مواد بسته بندی

# ستراتژی مکان تثبیت موقعیت محصول

---

تقسیم بندی مارکیت

وسیله توضیع

\* شبکه شخصی پرچون فروشی

\* شبکه معاملات مستقل (پرچون فروشی)

\* عمدہ فروشها/توضیع کنندها

منجمنت محلی/اداره

\* منطقه ای

\* ملی

\* بین المللی

# ستراتیجی قیمت

---

قیمت جمع علامه ستندرد

رقبتی

به بنیاد عرضه و تقاضا

عرضه کننده قیمت پائین

# تداریک ستراتیژی پیشرفت (ترقی)

---

فروشات شخصی (خصوصی)

رسانه ها برای تبلیغ

توجه تبلیغی برای خریداران

طریقه های ترویج در مزرعه

# رشد و ترقی

---

شکل یا نمونه شرکت:

- نشان یا علامات شرکت

شکل یا تصویر

- نشان - درک مشتری از تولید
- ساده، غیر مباحثه ای
- سازگار
- محافظت از نشان
- شعار(نعره) - آهنگهای خانگی jingles

# سه مناطق مهم در انکشاف مارکیت

---

## □ فهمیدن و بررسی مارکیت

- شناخت و ارزیابی مارکیت
- اگاهی از مارکیت / تجزیه

## □ شناخت از مراکز مشتری

- جستجوی ضرورتهای مشتری
- تماسا برای تغیرات آوردن ضرورتها

## □ انکشاف رقابت مارکیتنگ استراتیژی

- تجزیه رقابت
- اهمیت دادن به مناطق که برای مشتری مهم است

# منجمنت مارکیتنگ

---

- فرصلت های تجزیوی مارکیتنگ
  - جستجو داشتن به هدف مارکیت
  - رشد دادن به ستراتیژی مارکیتنگ
  - تدابیرپلان مارکیتنگ
  - تکمیل کردن پروگرام مارکیتنگ
  - کنترول نمودن توانائی مارکیتنگ
-

# وظیفه مارکیتنگ

---

- جستجوی وپلان مارکیت
  - انکشاف محصول و عرضه
  - توضیع وگدام
  - اعلانات و رشد فروشات
  - فروشات
  - محاسبه فروشات
  - اداره عمومی
-

# خصوصیت مارکیت کود کیمیاوی

---

- تقاضا کود کیمیاوی منحیث منشه تقاضا
  - انتشار وسیع و متعدد مشتریان
  - منبع مشتریان غریب
  - فایده کودهای کیمیاوی که ضمانت نمی شود
  - تولید به حجم زیاد
  - تقاضای فصلی
  - کود کیمیاوی مตاع (کالا) تولید است
  - تأثیر مارکیتها بر بین المللی بالای مارکیت های وطنی.
-

# ضرورت های انکشاف مارکیت

---

- تاسیس و منظم کردن مارکیت های زراعتی دهاتی
- تهیه کردن زیر بنای اساسی
- اشتراک و فراهم ساختن سکتورهای شخصی در محیط زیست
- ایجاد تریننگ در شبکه های زراعتی
- همکار ساختن سکتورهای خصوصی و عمومی
- دسترسی اسان به قرضهای کوچک و بزرگ
- تاسیسات قوی محلی
- معلومات موثق مارکیت

# برخورد و تماس انکشاف مارکیت در زراعت

---

- افزایش ورشد در دسترسی به استعمال مدرن مواد ضروری زراعتی
  - دسترسی آسان به محصول ورقابت قیمت در مارکیت ها
  - دسترسی به قرصهای کوچک شخصی
  - روند عاجل واحدهای زراعتی
  - انکشاف منابع درجه های خورد صنعت
  - خدمات سودمند عامه
  - رشد خدمات لوجستیک و ترانسپورت
-

# طرح انکشاف مارکیت زراعت دهت

انجمن دهاقین

معامله داران زراعتی  
↑

کمپنی زراعت

انجمن تجاران

معامله های زراعتی

معامله داران زراعتی

Concrete platform

بانک تجاری

خدمات پسته خانه و تلیفون

پروسه اسیا برنج

پروسه اسیا تیل

# ستراتئیژی و انکشاف وسائل مارکیت

---

- تشخیص او اقدام کردن بر انکشاف دهات
  - آموختن ضرورت های تربیوی و آماده ساختن مواد تریننگ
  - آماده ساختن تریننگ اداره کاری و تکنالوژی مزرعه
  - شبکه معامله کننده های زراعتی
  - سهولت در قرضه کوچک
  - تقویت کردن سیستم معلومات مارکیت
  - پالیسی جروبحث - پالیسی اصلاحات
  - انکشاف سکتور های خصوصی و عمومی
  - انکشاف انجمن تجارت
  - انکشاف انجمن و گروپ دهاقین
-

# چوکت بندی تنظیم سازی

---

**هدف:**

سهولت و انکشاف درست صحي تجارت کود کيمياوي در يك محيط باز و رقابتی در سکتور خصوصی بهترین علا قه و دلچسپی چيز های

**ذيل :**

- فايده دهاقين
- فايده تجارت های کود کيمياوي
- فايده ملی

# چوکات بندی تنظیم سازی

---

این مشتمل از:

کیفیت و تدریج ضمانت (اطمینان) برای دهاقین

مشق تجارت مناسب

تهیه تمام سهولت ها در رفع محدودیت ها و کنترول امور اداری

سازش در بین فروشندها صورت نگیرد



پایان

---

تشکر