

التسويق وإدارة التصميم

Marketing and design management

المحاضرة : نور زيتوني
الأكاديمية العربية الدولية – التصميم الداخلي

محاور المحاضرة

١. أهمية التسويق Marketing of Importance .
٢. ما هو التسويق Marketing Is What .
٣. ما الذي يتم تسويقه Marketed Is What .
٤. من الذي يسوق Markets Who .
٥. مفهوم التسويق الأساسي Concepts Marketing Core .

المخرجات المتوقعة من الدرس

١. أهمية التسويق واستراتيجيات التسويق والتكتيك
٢. ما هو التسويق وكيفية محاكاة المستهلك من خلال العمل والجهد الكبير من المهارة والعمل المتواصل
٣. التعرف على كل ما يمكن ان يتم تسويقه ومن هم المسوقون
٤. الأسواق الرئيسي ولكل سوق زبونه الخاص به يتم تحديد كيفية معرفة المنتج وتوجهه الى السوق المناسب له

أهمية التسويق Marketing of Importance

غالباً ما تعتمد النجاحات كمدخل لإدارة العلاقات الزبون على القدرة التسويقية ،
فالمالية والعمليات والمحاسبة وبقية وظائف الأعمال الأخرى سوف لن تكون مهمة جداً إذا لم يكون
هناك طلب للسلع والخدمات لكي تحقق الشركة الربح .
لقد أوجدت الآن معظم الشركات وظيفة رئيسية وهي مدير التسويق والتي تعتمد بالأساس على وضع
التسويق في موقع متساوي مع بقية مستويات الإدارة التنفيذية مثل (المدير التنفيذي الرئيسي) ومدير
المالية الرئيسي

أهمية التسويق

وتعد الدراسات التي تعدها كل المنظمات وبجميع أنواعها من المنظمة التي تصنع السلع إلى منظمات الضمان الصحي والمنظمات الغير ربحية والمنظمات الصناعية كسوق لأحدث الانجازات التسويقية والتي تنشر ايضا في المواقع الإلكترونية. حيث تركز العديد من المقالات لاستراتيجيات التسويق والتكتيك في مجلة الأعمال، ولكن يعد التسويق أمر معقد وغير مفهوم والذي أصبح السبب الرئيس في نجاح وازدهار معظم الشركات





الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

أهمية التسويق

أن عملية اتخاذ القرارات الصائبة ليس دائماً عملية سهلة ، إذ ينبغي على مدراء التسويق أنت يتخذوا قرارات حاسمة مثل الخصائص التي تؤثر على تصميم المنتج الجديد والأسعار التي سوف تعرض على الزبائن والمكان الذي ستباع فيه المنتجات وحساب مصاريف الإعلانات أو المبيعات. وكذلك يجب عليهم أن يهتموا بشكل تفصيلي عند اتخاذهم القرار وبكل الأجزاء ومن كافة النواحي كاسم العلامة التجارية أو لون تعبئة المنتج والكلمات التي سوف تكتب على التغليف .

ما هو التسويق ؟ What Is Marketing

التسويق يعني "عملية تحديد وتشخيص وتلبية الحاجات البشرية والاجتماعية". وأن من أقصر التعاريف المتداولة لمفهوم التسويق هي " تلبية الحاجات بربحية".

وقد قدمت المؤسسة الأمريكية للتسويق بعض التعريفات منها التسويق هو " وظيفة تنظيمية متكونة من مجموعة من العمليات التي تخلق وتربط وتوصل القيمة إلى الزبائن وعمليات إدارة علاقات الزبون بطريقة تعود بالمنفعة على المنظمة والمتعاملين معها".

ما هو التسويق ؟ What Is Marketing



وأن محاكاة العمليات التبادلية يتطلب جهد كبير من المهارة والعمل المتواصل وتحدث الإدارة التسويقية عندما يفكر على الأقل طرف بالتبادل المحتمل ويتوصل إلى وسيلة تحقيق الاستجابة المطلوبة من الأطراف الأخرى .

ما هو التسويق ؟ What Is Marketing

فالتعريف الاجتماعي يوضح الدور التسويقي الذي يمارسه في المجتمع ، حيث يقول أحد المسوقين بأن دور التسويق هو التسليم بمستوى عالي من المعيشة. وهناك تعريف اجتماعي آخر يصب في هدف دراستنا وهو أن التسويق عبارة عن "عملية اجتماعية يستطيع من خلالها الافراد أن يكسبوا ما يحتاجونه وما يرغبونه من خلال ايجاد وعرض التبادل للسلع والخدمات القيمة".

ما هو التسويق ؟ What Is Marketing

أما بالنسبة للتعريف الإداري فغالباً ما يوصف التسويق بأنه "فن بيع المنتجات ولكن يتفاجئ الأفراد عندما يتبادر إلى أذهانهم أن الجزء الأكثر أهمية في التسويق ليس البيع، فالبيع ما هو إلا حافة عالية من جبل التسويق".

وقد ناقش بيتر دركر وهو أحد منظري القيادة الإدارية هذه النظرية قائلاً "يفترض البعض بأن هنالك حاجة لبعض البيع، ولكن إن هدف التسويق جعل البيع مزدهر ومنتعش،

ما هو التسويق ؟ What Is Marketing

إذ ان هدف التسويق هو معرفة وفهم الزبون بصورة جيدة لكي يتلاءم المنتج او الخدمة مع احتياجات الزبون وتلبية رضاه". ومن المثالية أن نقول أنم التسويق ناتج عن وجود زبون متعطش للشراء وكل ما يجب عمله لهذا الزبون هو توفير المنتج او تلك الخدمة المراد شرائها.





الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

تشمل وظيفة أفراد التسويق 10 أنواع أهمها

تسويق السلع، الخدمات، الخبرات، الأحداث، الأشخاص، الأماكن، الملكيات الشخصية، المنظمات ،
المعلومات وأخيرا الأفكار

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

– السلع Googs : تؤلف السلع المادية حجماً كبيراً من جهد إنتاج وتسويق البلدان. ففي كل سنة تسوق ال شركات الأمريكية وحدها بلايين من المنتجات الغذائية المعلبة والطازجة وملايين من السيارات والثلاجات وأجهزة التلفاز والمكائن ومختلف الآلات التي تدخل في اقتصادنا الحديث. وبتقنية الانترنت تسنى للشركات والأفراد من تسويق بضائعهم بفعالية.

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

-الخدمات Services : بسبب تقدم الاقتصاديات أسهم ذلك في نمو حصة كبيرة من أنشطتها التي ركزت على إنتاج الخدمات ، حيث يتألف اقتصاد الولايات الأمريكية المعاصرة 30-70 خدمة مقارنة بنسبة البضائع. وتشمل هذه الخدمات العمل في خطوط الطيران الجوية والفنادق وشركات إدامة السيارات والحلاقين وذوي المهن المتخصصة بعمليات التجميل وكذلك تشمل الخدمات أولئك الأفراد المحترفون الذين يعملون ضمن الشركات كالمحاسبين والحقوقيين والمهندسين والأطباء ومبرمجي البرمجيات، واستشاري الإدارة. وتتألف معظم العروض التسويقية من مزيج متوفر من السلع والخدمات فعلى سبيل المثال في مطاعم الوجبة السريعة يستهلك الزبون منتج وخدمة

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

-الأحداث **Events**: يثمن المسوقون الوقت الذي يرتبط بالأحداث مثل وقت المعارض التجارية الكبرى والأداءات الفنية واحتفالات تأسيس الشركات السنوية. أن الأحداث المهمة كالألعاب العالمية والأولمبية وكأس العالم أحداث تحفز الشركات والأفراد من أجل تسويق بضائعهم .



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

كويز (١-٢)

١. ما هو التسويق ؟
٢. ماهي أنواع وظيفة افراد التسويق ؟
٣. التعريف الإداري للتسوق

أجوبة :

التسويق يعني "عملية تحديد وتشخيص وتلبية الحاجات البشرية والاجتماعية". وأن من أقصر التعاريف المتداولة لمفهوم التسويق هي " تلبية الحاجات بربحية".

ماهي أنواع وظيفة افراد التسويق ؟

تسويق السلع، الخدمات، الخبرات، الأحداث، الأشخاص، الأماكن، الملكيات الشخصية، المنظمات ، المعلومات وأخيرا الأفكار

للتعريف الإداري للتسويق فغالبا ما يوصف التسويق بأنه "فن بيع المنتجات ولكن يتفا جئ الأفراد عندما يتبادر إلى أذهانهم ان الجزء الأكثر أهمية في التسويق ليس البيع، فالبيع ما هو إلا حافة عالية من جبل التسويق ."

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

- التجارب **Experiences** : بواسطة التركيز على بعض الخدمات والسلع يمكن للشركة ان تجد وتأسس خبرات تسويقية، على سبيل المثال المملكة السحرية **Disney** الذي يمثل صورة من صور تسويق التجارب والخبرات وهناك سوق لنشر الخبرات واكتسابها نحو قضاء أسبوع كامل في نادي ترفيهي لكرة السلة أو حضور حفلة موسيقية أو تسلق جبل **Everest** .



ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

- الأشخاص Person's: أن التسويق الذي يقوم به الشخص المشهور هو أحد الأعمال الرئيسة في وقتنا الحالي، تملك كل شركة رئيسية وكيلاً أو مدير شخصي وترتبط بشبكة من العلاقات العامة. حيث يلجأ العديد من الفنانين والموسيقيين والأطباء والمحامين وأصحاب رؤوس الأموال إلى طلب المساعدة من المسوقين المشهورين

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

– الأماكن **Places** : تتنافس المدن والولايات والمناطق وكل البلدان فيما بينها في سبيل كسب السواح والمصانع والمراكز التجارية والبنائات السكنية الحديثة. ويشمل مسوقو المكان اختصاص التطوير الاقتصادي ووكلاء بيع العقارات العامة والمصارف التجارية والمؤسسات التجارية الموقعية و وكلات العلاقات العامة والدعاية .

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

– الملكية الشخصية Properties: تعد الملكية الشخصية من الحقوق الغير ملموسة للملكية الخاصة كأن يكون عقاراً وهو ملكية حقيقية أو أن يكون ملكية مالية على شكل أسهم وسندات. ويمكن شراء وبيع هذه الملكيات وهذا يتطلب تسويق، فوكلاء العقار يعملون لأجل ملكيتهم الخاصة لكي يبيعوا أو يشتروا عقاراً سكنياً أو تجارياً وقد دخلت بصورة مؤثرة الشركات البنوك الاستثمارية في أمان التسويق لكل من المستثمرين سواء كانوا أفراد أو شركات .

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

– المنظمات Organizations : تعمل المنظمات بجد وفاعلية ببناء صورة قوية وفريدة ورائعة في عقول عامة الشعب وتصرف الشركات الأموال لتحقيق كيائها الخاص كشركة PHILIPS وشركة الإلكترونيات الهولندية التي أخذت على عاتقها رفع شعار " دعنا نعمل أفضل الأشياء" وفي المملكة المتحدة استطاعت شركة Tesco من رفع شعار "الكل يجب أن يبدي المساعدة ولو كان قليلاً".

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

-المعلومات **Information**: يمكن صناعة وتسويق المعلومات كمنتج وهذا ما تقوم به بالضبط المدارس والجامعات حيث تنتج وتوزع وبسعر محدد طلبة ومجتمعات وتسوق الموسوعات والكتب العلمية . وتقوم المجالات بعرض المعلومات الواسعة حول عالم السيارات وعالم الحاسوب كمجلة الطريق والمسار ومجلة بايت.

أن عملية إنتاج وتعبئة وتوزيع المعلومات هي احدى الصناعات الرئيسة لمجتمعاتنا المعاصرة.

ما الذي يتم تسويقه ؟ What Is Marketed

-الأفكار Ideas: يشمل كل سوق يعرض منتجاته وخدماته فكرة أساسية حيث تقوم الفكرة بترويج المنتج وتدخل كنمط دعائي في التسويق

من الذي يسوق؟ Who Markets

-المسوقون والمتلقون :MARKETERS AND PROSPECTS

المسوق هو الشخص الذي يبحث عن إجابة (كأن تكون اهتمام، شراء تصويت، التبرعات والهبة) من طرف آخر يسمى المتلقي.

أما إذا كان كلا الطرفين يبحثان عن بيع شيء ما لبعضهما البعض فإننا نطلق عليها المسوقين.

ويكون المسوق شخصاً ذا مهارة في تحفيز الطلب على منتجات الشركة وهي وظيفة تعتبر جزء من المهام التي يؤديها



من الذي يسوق؟ Who Markets

- وكما أن محترفو الإنتاج والعمليات اللوجستية مسئولين عن تجهيز الإدارة فأن المسوقين مسئولون عن طلب الإدارة. حيث يبحث مدراء التسويق عن مؤثرات مستوى ووقت وتعويض الطلب لملائمة أهداف المنظمة ،ويمكن أن ندرج أنواع الطلب على النحو الآتي :
- الطلب السلبي **Negative demand** : حيث لا يرغب الزبائن بالمنتج وربما يدفع سعر ما لتجنب شراءه .
 - الطلب الغير موجود **Nonexistent demand**: ربما لا يدرك الزبائن عن طبيعة المنتج أو يكونوا غير مهتمين به.

أنواع الطلب

- الطلب الكامل **Latent demand**: يشترك الزبائن في حاجة قوية لا يمكن أرضائها من قبل المنتج المتوفر في السوق.
- الطلب المتدني **Declining demand** : يبدأ الزبائن بالتقليل من شراء منتج ما والعزوف عنه تماماً.
- الطلب الشاذ **Irregular demand**: تختلف العمليات الشرائية للزبون في أن تكون فصلية شهرية أسبوعية يومية أو حتى على أساس الساعة الواحدة.

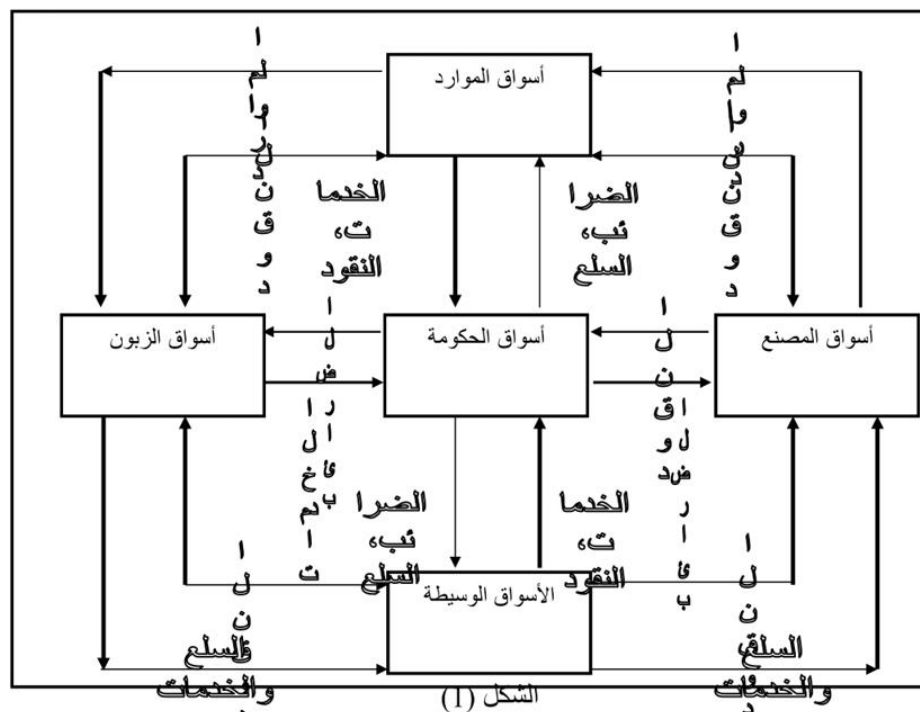
أنواع الطلب

- الطلب الكلي **Full demand**: يقبل الزبائن على شراء كل المنتجات المعروضة في السوق وبصورة فائضة عن الحاجة.
- الطلب الشامل جداً **Overfull demand**: يرغب أغلب الزبائن في شراء منتج يلبي احتياجاتهم ويحقق لهم الرضا.
- الطلب اللا مقبول **Unwholesome demand**: يجذب الزبائن إلى شراء منتجات لا تلبي احتياجاتهم الاجتماعية وفي كل قضية من القضايا اعلاه يشخص الزبون الأسباب وراء كل طلب وبالتالي يحدد خطة لنشاط يمكنه من تغيير الطلب إلى حالات أكثر مرغوبة.

الأسواق MAREKETS :

من ناحية تقليدية يعرف السوق بأنه "ذلك المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لبيع وشراء السلع .
ويصف علماء الاقتصاد السوق بأنه " مجموعة من المشترين والبائعين الذين يجرون التعامل على منتج خاص او منتج عام مثل سوق الإسكان وسوق البذور، وقد أهتم الاقتصاديون الجدد بمثل هذه الأسواق
وتم رسم مخططات توضيحية تبين الأسواق الرئيسية الخمسة وتشعباتها المتصلة بها كما هو موضح في
الشكل (1)

الأسواق MAREKETS :



الهيكل المتدفق في الاقتصاد المتبادل الحديث

حيث يذهب المصنعون إلى أسواق المصادر أسواق المواد الأولية، أسواق اليد العاملة، أسواق الأموال لكي يشتروا مصادر ويحولونها إلى سلع وخدمات ويبيعوا المنتجات النهائية إلى الوسطاء الذين يقومون بدورها في بيعها إلى الزبائن ويبيع الزبائن جهودهم العلمي مقابل استلامهم الأموال التي سوف يدفعونها لشراء تلك السلع والخدمات .

الأسواق MAREKETS :

أسواق الزبون الرئيسة KEY CUSTOMER MARKETS .

أسواق الزبون Consumer Markets : تباع الشركات سلع وخدمات الزبون مثل المشروبات الغازية ، ومواد التجميل والسفر الجوي والأحذية الرياضية والمعدات التي تنتج بصورة مؤثرة ورائعة. وتعتمد قوة أي ماركة تجارية على تطوير المنتج والتعبئة والتأكد من توفر المنتج في الأسواق وعملية توفر الاتصالات الجيدة والخدمة الموثوق بها

استراتيجية التسويق المباشر



الأسواق MAREKETS :

أسواق الأعمال Business Markets: الشركات التي تباع سلعا وخدمات تجارية غالبا ما تتعامل مع مشترين محترفين ذوي خبرة وتدريب عالي لديهم المهارة في تقييم المعروضات التنافسية . إن مشتري شركات الأعمال يشتري سلعا من اجل عمل أو إعادة بيع المنتج إلى اشخاصا آخرين مقابل الربح . ويجب إن يفهم مسوقو شركات بان منتجاتهم سوف تساعد هؤلاء المشترين في تحقيق عائد مرتفع وبكلفة قليلة ويمكن إن يلعب الإعلان دورا في نمو البيع بالإضافة الدور الذي يلعبه السعر وقوة المبيعات وسمعة الشركة وجودة منتجاتها .



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

كويز (٢-٢)

١. من هو المسوق ؟
٢. ما هي أسواق الزبون Consumer Markets ؟
٣. ما هو الطلب السلبي Negative demand ؟

أجوبة

من هو المسوق؟

هو الشخص الذي يبحث عن إجابة (كأن تكون اهتمام، شراء تصويت، التبرعات والهبة) من طرف آخر يسمى المتلقي.

ما هي أسواق الزبون **Consumer Markets** ؟ تباع الشركات سلع وخدمات الزبون مثل المشروبات الغازية ، ومواد التجميل والسفر الجوي والأحذية الرياضية والمعدات التي تنتج بصورة مؤثرة ورائعة. وتعتمد قوة أي ماركة تجارية على تطوير المنتج والتعبئة والتأكد من توفر المنتج في الأسواق وعملية توفر الاتصالات الجيدة والخدمة الموثوق بها

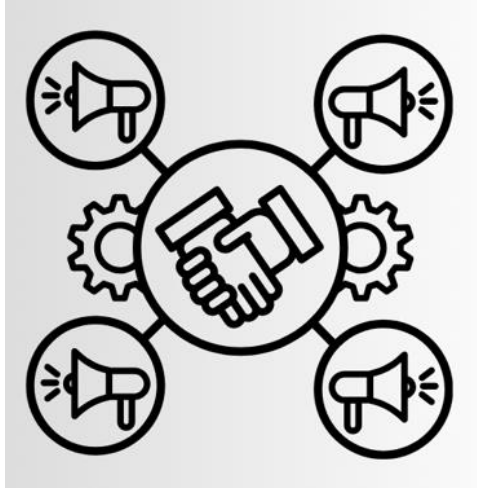
ما هو الطلب السلبي **Negative demand** ؟ حيث لا يرغب الزبائن بالمنتج وربما يدفع سعر ما لتجنب شراءه .

الأسواق MAREKETS :

الأسواق العالمية **Global Markets**: إن الشركات التي تبيع السلع والخدمات في الأسواق العالمية تواجه قرارات وتحديات إضافية إذ يجب عليها أن تقرر أي بلد تدخل وكيف تدخل ذلك البلد هل على شكل (مصدر، وكيل، شريك متحد، مصنع متعاقد ومصنع وحيد) وكذلك يجب أن تتبنى خصائص المنتج والخدمات التي تنجها لكل بلد وما هو السعر المحدد لمختلف البلدان وما هي وسائل الاتصال المختلفة التي تتلاءم مع ثقافات كل بلد. أن هذه القرارات يجب أن تتخذ في مواجهة المتطلبات المختلفة لعمليات الشراء والمفاوضة والملكية العامة وخاصة على أساس الثقافة واللغة المختلفة ووفق الأنظمة السياسية والتشريعات القانونية ولا ننسى عملة ذلك البلد وقيمتها الشرائية

الأسواق MAREKETS :

الأسواق الحكومية واللا ربحية Nonprofit and Government Markets: إن الشركات التي تبيع سلعها إلى المنظمات اللا ربحية كدور العبادة والجامعات والمنظمات الخيرية والوكالات الحكومية تحتاج إن تسعر سلعها بدقة لأن هذه المنظمات لديها قوة شرائية محدودة مع أن الأسعار المنخفضة قد تؤثر على خصائص وجودة المنتجات التي يبيعها البائع



مفهوم التسويق الاساسي: Core Marketing Concepts

لفهم الوظيفة التسويقية نحتاج لفهم بعض المفاهيم والمهام الأساسية، مع الاتجاهات الحالية

الحاجات NEEDS ، الرغبات WANTS ، الطلبات DEMONEDS :

يجب أن يحاول المسوق فهم الحاجات والرغبات وطلبات السوق المستهدف. فالحاجات هي المتطلبات الإنسانية الأساسية. ويحتاج الناس الغذاء، الهواء، الماء، الملابس، وملجأ للعيش. والناس عندهم حاجات قوية أيضا للاستجمام ، التعليم، والترفيه. وتصبح هذه الحاجات رغبات متى كانت موجهة إلى الأشياء المعنية التي قد تشبع الحاجة.

مفهوم التسويق الاساسي: Core Marketing Concepts

أما الطلبات في رغبات للمنتجات المعينة دعمت بقوة الدفع. ويرغب العديد من الناس بسيارة المرسيدس ولكن بضعة فقط منهم راغبين وقادرين على شراء هذه السيارة. ويجب على الشركات أن لا تحسب فقط عدد الأفراد الذين يردون منتجاتها ولكن أيضاً يجب أن تحسب مدة رغبة الأفراد وقدرتهم على الشراء .

ويمكن أن نميز بين خمسة أنواع من الحاجات وهي:

□ الحاجات المنصوصة **Stated Needs**: مثل يريد الزبون سيارة رخيصة .

مفهوم التسويق الاساسي: Core Marketing Concepts

□ الحاجات الحقيقية **Real Needs**: الزبون يريد سيارة تكلفة تشغيلها منخفضة، وليس سعرها الأولي.

□ حاجات غير منصوصة **Unstated Needs**: يتوقع الزبون خدمة جيدة من التاجر.

□ حاجات مفرحة **Delight Needs**: يود الزبون من التاجر ان يضمن له نظام الملاحة.

مفهوم التسويق الاساسي: Core Marketing Concepts

□ حاجات سرية **Secret Needs**: يريد الزبون أن يكون متفاخراً والظهور أمام الأصدقاء على أنه مستهلك مهم معروف.

□ وبالنسبة للحاجة المنصوصة فربما تغير من وجهة نظر البائع. فالعديد من المستهلكين لا يعرفون ما يردونه من المنتج. ولا يعرف المستهلكون كثير حول الهواتف الخلوية ومتى تم طرحها في الأسواق أول مرة .

١- كتاب أساسيات التسويق - Principles of Marketing

لمؤلفه فيليب كوتلر - Philip Kotler

٢- كتاب "التصميم من أجل المستقبل – (Designing for the Future) "بيتر إينغيم

يتناول كيف يمكن للتصميم أن يلعب دورًا في الابتكار المستدام.

٣- كتاب "فكر مثل مصمم – (Change by Design) "توماس ديمايو

يشرح قوة التصميم في حل المشاكل وتوجيه الابتكارات.

انتهت المحاضرة

شكرا لكم