

دورة التسويق الرقمي اليوم الأول

Marketing

أساسيات التسويق

م / محمد زكريا



www.anardes.net

أهلاً بكم!
سعيد بتواجدي معكم
م / محمد زكريا



www.anardes.net



ما هو التسويق؟



هل التسويق يقتصر على مرحلة معينة؟

التسويق هو عملية النجاح الشاملة التي تبدأ من أول وجود الشركة ، بداية من دراسة السوق والتعرف على احتياجات العميل، وبيشملة بعد كده وضع استراتيجية تسويقية عبقرية تضمن لك تحقيق كل الأهداف التسويقية التي بتعلم بيها، وبعد كده تقديم برامج تسويقية مبدعة ، بتشمل تطوير المنتجات والخدمات وتسعيرها وتوزيعها والدعاية والترويج ليهاً وبتنتهي بإن الشركة تحافظ على العلاقات المربعة القوية مع العميل مدى الحياة.

ما الفرق بين التسويق والمبيعات ؟



✓ التسويق هو مجموعة من القرارات والخطوات التي بتوصلنا لعملية بيع ناجحة ، بمثابة المخ التي يفكر ويخطط ويدرس ويدي تعليمات النجاح للشركة.

✓ البيع هو العضلات التي بتنفيذ كثير من أهداف التسويق، ويكون قائم على إقناع الناس بشأن يشتروا المنتج.

فريق التسويق

- مدير التسويق
- فريق كتاب المحتوى (صانع المحتوى، كاتب المحتوى، كاتب الاعلانات)
- المصممين
- المحللين
- مدير الحسابات والعملاء
- متخصص السوشيال ميديا، متخصص السيو، متخصص الاعلانات
- العلاقات العامة
- الديجيتل ماركتينج
- مسئول ادارة الصفحات والرد على العملاء



- مهارة العمل في فريق.
- مهارات التواصل وبناء العلاقات.
- التكيف على أى وضع
- قوة الانتباه للتفاصيل.
- مهارة البحث بإحترافية
- مهارة التخطيط الفعال
- الإبداع
- مهارة الكتابة



The STP Process



- تقسيم السوق
- الاستهداف
- وضع الصورة الذهنية



تقسيم السوق



• التقسيم الجغرافي (الأماكن)

• التقسيم الديموغرافي (توزيعة السكان)

• التقسيم النفسي

• التقسيم السلوكي



الاستهداف



• ١٨ - ٢٥ سنة

• مصر (القاهرة)

• مستوى الدخل المرتفع

• مستخدمو الموبايل

• المشترون المتفاعلون

• المهتمين بالفنون والفاشون.

وضع الصورة الذهنية



- وضع الصورة الذهنية بشكل يجعل العملاء لديهم ولاء للبيزنس الخاص بك
- توقعات العملاء دائما يجب أن تكون أقل من القيمة التي تقدمها من خلال منتجاتك وخدماتك.

القمع التسويقي

- مرحلة الوعي
- مرحلة الإدراك
- مرحلة التحويل
- مرحلة الثقة والولاء
- مرحلة الإرضاء



ANARDES

www.anar-des.net

سلوكيات العملاء

- الاحتياجات
- الرغبات
- حجم الطلب وتوافر القدرة المادية



www.anar-des.net

ما الفرق بين العميل والمستهلك؟



هي أداة تساعد الشركات في فهم سلوكيات العملاء وتحديد الاحتياجات والرغبات، لكي يتم إنتاج منتجات وخدمات تناسب احتياجات العملاء وإرضائهم وتحقيق الأهداف الخاصة بالشركة من خلال ميزتها التنافسية.



- تحديد المشكلة
- اقتراح حلول مناسبة
- تحديد العلاقة بين المتغيرات والنتائج

طرق تجميع البيانات



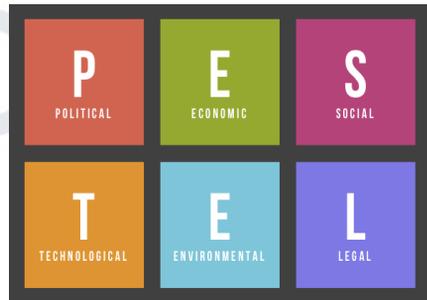
- مصادر داخلية للشركة
- مصادر خارجية للشركة (الذكاء التسويقي)
- الملاحظة
- استطلاع الرأي
- التجربة
- العينات
- طرق التواصل المختلفة
- الاستبيان

أنواع البيئة

بيئة خارجية للشركة



بيئة داخلية للشركة



- الوعي بالعلامة التجارية
- الحصول علي مشاركة في السوق
- تحقيق الأرباح

يجب أن تكون الأهداف الموضوعة بشكل ذكي من خلال تحقيق ه شروط أساسية للهدف (محدد - واقعي - قابل للتحقيق - مرتبط بالبيزنس - مرتبط بوقت محدد).

- 1 SPECIFIC**
What do I want to accomplish?
- 2 MEASURABLE**
How will I know when it is accomplished?
- 3 ACHIEVABLE**
How can the goal be accomplished?
- 4 RELEVANT**
Does this seem worthwhile?
- 5 TIME BOUND**
When can I accomplish this goal?



الاستراتيجية: هي المنهج أو الطريقة أو مجموعة الخطوات التي توضع لتحقيق أهداف الشركة.

الخطة: هي مجموعة الأنشطة والفاعليات التي نقوم بها لتحقيق الأهداف. أو هي الخطوات والاليات التي سنتخذها لتحقيق ما تريد القيام به.

مضمون أي استراتيجية هي خطة العمل.

- المنتج
- التسعير
- اختيار المكان المناسب
- الدعايا والاعلانات



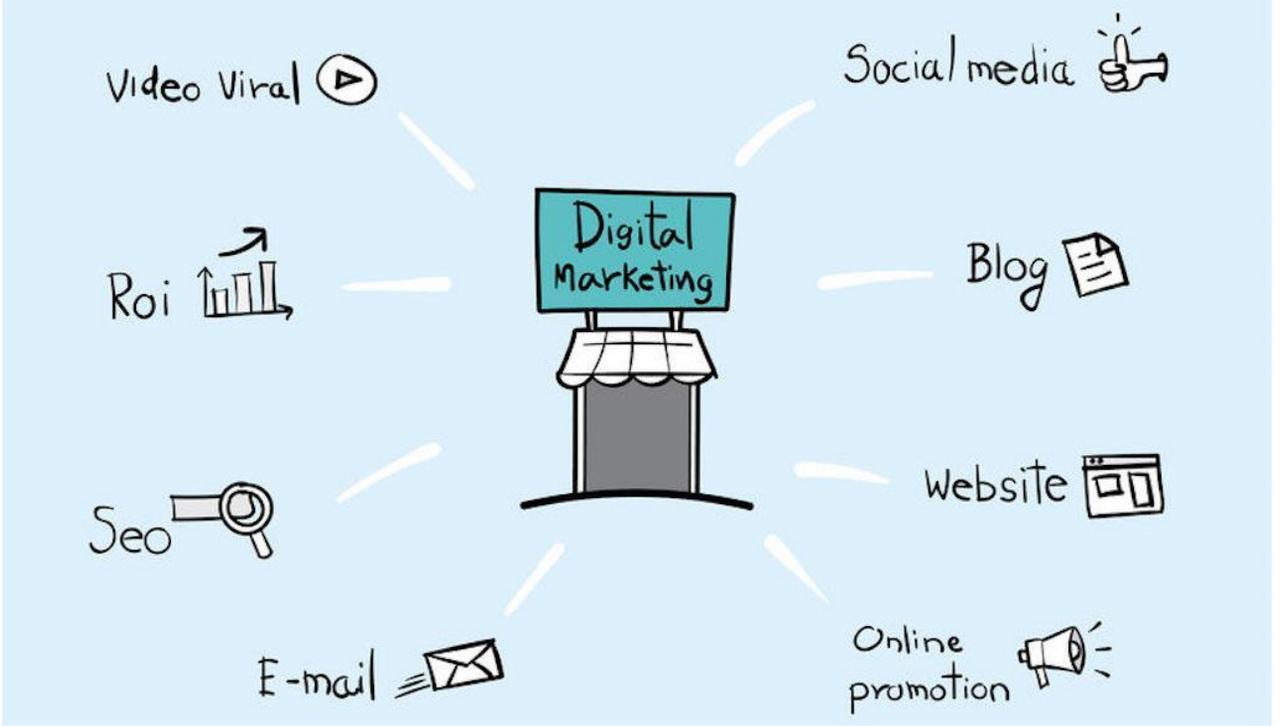


ليه التسويق الرقمي مهم ؟



أهداف التسويق الرقمي

- الوعي بالعلامة التجارية
- التواصل الفعال مع العملاء
- بناء علاقة قوية مع العملاء
- توصيل الخدمات والمنتجات
- زيادة المبيعات



تلخيص الجهود التسويقية

- مرحلة التخطيط ووضع الخطة

إذا فشلت أن تخطط، فأنت تخطط للفشل.

- مرحلة التنفيذ

ابدأ الآن ولا تضيع الوقت.

- مرحلة المتابعة

إذا كنت تستطيع قياس النتائج، فسوف تنجح في الإدارة.



شكر لكم

