

**السوق والتسويق والمهام التسويقية للعاملين**



**عمل الطالب/**

**السوق والتسويق والمهام التسويقية للعاملين**

التسويق هو: عملية إدارية نقوم من خلالها بمجموعة من الأنشطة الخاصة بتحديد منتجات الشركة أو خدماتها وتسعير المنتجات ثم توزيعها على القنوات التي سوف تباع من خلالها وأخيرا الترويج للمنتج بهدف تقديم قيمة للعميل والحصول منة على قيمة في المقابل.

**المهام التسويقية**

**أولا: تحديد منتجات الشركة**

تحدد إدارة التسويق المنتجات أو الخدمات التي سوف تقدمها الشركة للعميل.

ولكي تستطيع إدارة التسويق تحديد المنتجات أو الخدمات تقوم بعمل بحث تسويقي لمعرفة احتياجات العملاء واستطلاع أراءهم في المنتج أو الخدمة وذلك قبل إنتاجها أو تقديمها لهم.

ومن هذه النقطة نعرف الدور الثاني لإدارة التسويق.

**ثانيا: البحوث التسويقية**

البحوث التسويقية هي عملية لا تنتهي في التسويق فدائما هناك بحث ما يجب ان تقوم به.

والبحث التسويقي يكون في كل المراحل التي تقوم بها مثل تحديد احتياجات العملاء وأيضا بحث لمعرفة المنافسين في السوق.

**ثالثا: معرفة المنافسين**

لا يقتصر دور إدارة التسويق فقط على تحديد الشركات المنافسة فقط ولكن يتطرق الي كيفية المنافسة معهم وتحديد الاستراتيجيات قصيرة وطويلة المدي التي سوف تقوم بها الشركة للمنافسة.

على سبيل المثال هل الشركة سوف تنافس علي أساس السعر؟

**رابعا: التسعير**

هذه المهمة تكون مسؤولية أكثر من إدارة في الشركة مثل الحسابات والإدارة العليا وأيضا إدارة التسويق.

تقوم إدارة الحسابات بتقديم تكاليف إنتاج المنتج لإدارة التسويق ومن خلال فهم إدارة التسويق للسوق والمنافسة وأيضا احتياجات العملاء والقيمة التي سوف يحصل عليها العملاء من شرائهم للمنتج بالتسعير.

ثم تبدأ عملية التفكير في الطريقة الأنسب لتوصيل المنتج او الخدمة للعميل.

**خامسا: التوزيع**

التوزيع أو قنوات التوزيع هي الأماكن التي سوف يكون متوفر بها المنتج أو الخدمة.

كمثال: توفير أجهزة المحمول في المولات والمحلات أو توفيرها للشراء عبر الإنترنت أو حتى عن طريق الشركة المنتجة نفسها.

تحديد أنسب قنوات توزيع هو قرار إدارة التسويق لمعرفتها التام بالعميل ثم تبحث إدارة التسويق عن انسب الطرق لترويج منتجها للعملاء.

**سادسا: الترويج**

الترويج أو الدعاية لا تقتصر فقط على الإعلانات بل هناك طرق اخري مثل رجال المبيعات وقسم المبيعات وهو عنصر أساسي للترويج خصوصا في حالة تقديم منتج أو خدمة خاصة بالشركات.

وأيضا الإعلانات والعروض الخاصة بالمنتج واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي او غيرها للترويج.

يوجد العديد من المهام الأخرى لقسم التسويق مثل تقسيم السوق وتحديد الشريحة المستهدفة وتوصيل صورة ذهنية واضحة للعميل عن قيمة المنتج.