

# Marketing

[Type the document subtitle]

1/28/2010

ADA

Eng. E. Haidery

Marketing

یا

بازاریابی

# Marketing

## مارکیت یا بازاریابی

تعریف مارکیت :

- A. از لحاظ بازار: عبارت از تبلیغ و فروش یعنی تولید اقلامی که فروش دارد و فروش اقلامی که تولید شده است.
- B. از لحاظ انکشاف: عبارت از یک پروسه اجتماعی و تدویری بوده که توسط آن تولید کنندگان تجارت خویشرا از طریق تبادل کالا و ارزشها بین همدیگر انجام میدهند تا بتوانند فروش و تولید شان متداوم تأمین گردد.

### 5 P's of marketing

پیج P در بازاریابی:

1. **Product** تولید: چه باید تولید شود و مشتریان چه میخواهند
2. **Place** جای: به کجا تولید به فروش برسد.
3. **Promotion** تشویق: جلب مشتریان ذریعه نشریه ها ، اعلانات لفظی ، نشانه یا علامات خاص و براه انداختن 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.

### Marketing Research

تحقیقات در بازاریابی

تحقیقات در بازاریابی یک فکتور عمده بوده که توسط آن میتوان ضروریات و تقاضای مشتریان را بدست آوردو عبارت از جمع آوری معلومات از طرق :

A. معلومات ابتدائی **Primary Information**

- مشاهدات
- سروی
- مصاحبه
- تجربه و امتحان

B. معلومات ثانوی **Secondary Information**

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

## Marketing Segmentation

### تقسیم بندی بازار

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

- از لحاظ موقعیت جغرافیایی
- شهری و روستایی
- طفل ، زن و مرد
- سن ، وظیفه ، نژاد و قوم

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

ستراتژی خوب در تعیین قیمت:

- **Seasonal or geographical** فصل سال و موقعیت جغرافیایی: در اوقات مختلف سال و موقعیت جغرافیایی مختلف قیمت کالا متفاوت میباشد.
- **Supply and Demand** عرضه و تقاضا: قیمت کالاها در صورتیکه عرضه زیاد باشد پائین و در صورت تقاضای زیاد ، زیاد میشود. مثلاً قیمت میوه جات در وقت جمع آوری پائین میباشد.
- **Market price** قیمت مارکیت: متناسب با علاقمندی مشتریان بوده که تقاضای متداوم مشتریان در آن نهفته است.
- **Increasing Market Share** عرضه کالاهاى جدید: بعضاً کالا های جدید در بازار به قیمت پائینتر عرضه میشود که تأثیر مستقیم بالای قیمت کالاهاى که قبلاً تولید شده است، دارد.
- **Quantity Discounts** قیمت به اساس مقدار: هرگاه مشتریان یک مقدار بیشتر از کالا ها را خریداری نمایند تولید کننده قیمت کالا را پائین میسازد.
- **Real cost or certain amount of profit** ارزش حقیقی و مفاد: ک به اساس قیمت تمام شد کالاها و مفاد متوقعه تعیین میگردد.

## Developing a Marketing Strategy

### ترتیب ستراتیژی بازاریابی:

ستراتژی بازاریابی به اساس فکتور های ذیل ترتیب گردیده میتواند:

- تقاضای مارکیت چیست؟

**What does the market want?**

- توانمندی مشتریان به کدام پیمانانه است؟

**How much are they willing to pay?**

- چطور میتوان ارزش یک کالا را بالا برد؟

**How can add value to a product?**

بطور مثال بسته بندی ، خشک نمودن ، بهتر ساختن کیفیت ، انتقالات و غیره.

- قیمت تمام شد کالاها

**What is the cost of making the product?**

- چطور کالا ها تولید و بهتر شده میتواند؟

## How to make and improve product?

به طور مثال تجربه در تولید به قیمت ارزان ، صرفه جویی در وقت و تولید زیاد

- 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 ب کالا های مذکور ثابت باقی میماند.
- تنوع و مقدار کافی با در نظر داشت کیفیت ثابت قناعتی مشتریان را همیشه 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.)

### تشویق Promotion :

چطور میتوان تولید را مشهور ساخت؟

- **Branding** علامه گذاری:  
نام، لیبل و دیزاین همیشه مورد اعتماد و علاقمندی مشتریان قرار میگیرد.
- **Packaging** بسته بندی:  
ظریق و به بسیار سادگی توسط مشتریان از دیگر کالاها تفکیک گردد.
- **Advertising** اعلانات:  
در صورتیکه نام ، لیبل و کیفیت کالاها به مشتریان معرفی باشد ، میتوان مقدار زیاد کالاها را از طریق اشتهاارات و براه انداختن نمایشات و غیره به فروش رسانید.

### Information Database

#### سیستم معلوماتی

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 کالاها در آینده قابل فروش است و ترتیب پلان آن.
- آگاهی در مورد فروش کالاها متنوع در کجا و چه وقت
- معلومات در مورد اوقات مناسبت 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 کالاها را بیشتری را فرستاد و به فروش رسانید.
- هرگاه تقاضا به تعضی از کالاها دفعتاً کم میشود میتوان به اساس معلومات در ارسال کالاها را بیشتر ، مصارف خدماتی و ترانسپورتی جلوگیری به عمل آید.

### Action for Successful Marketing

#### رهنمود جهت بازاریابی موفق

- **Research** تحقیق در مورد تقاضای مشتریان
- **Develop strategy** ترتیب استراتژی و پلان بازاریابی
- **Establish structure** تأسیس کوپراتیف و مؤسسات تجارتي
- **Standardize products** داشتن تولید و کالاهای استاندارد
- **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 تربیه افراد مربوط ب تولید
- **Look for ways for promotion** جستجوی راه های تشویق و ترغیب مشتریان در داخل و خارج.

تهیه شده توسط انجنیر عصمت اله "حیدری"