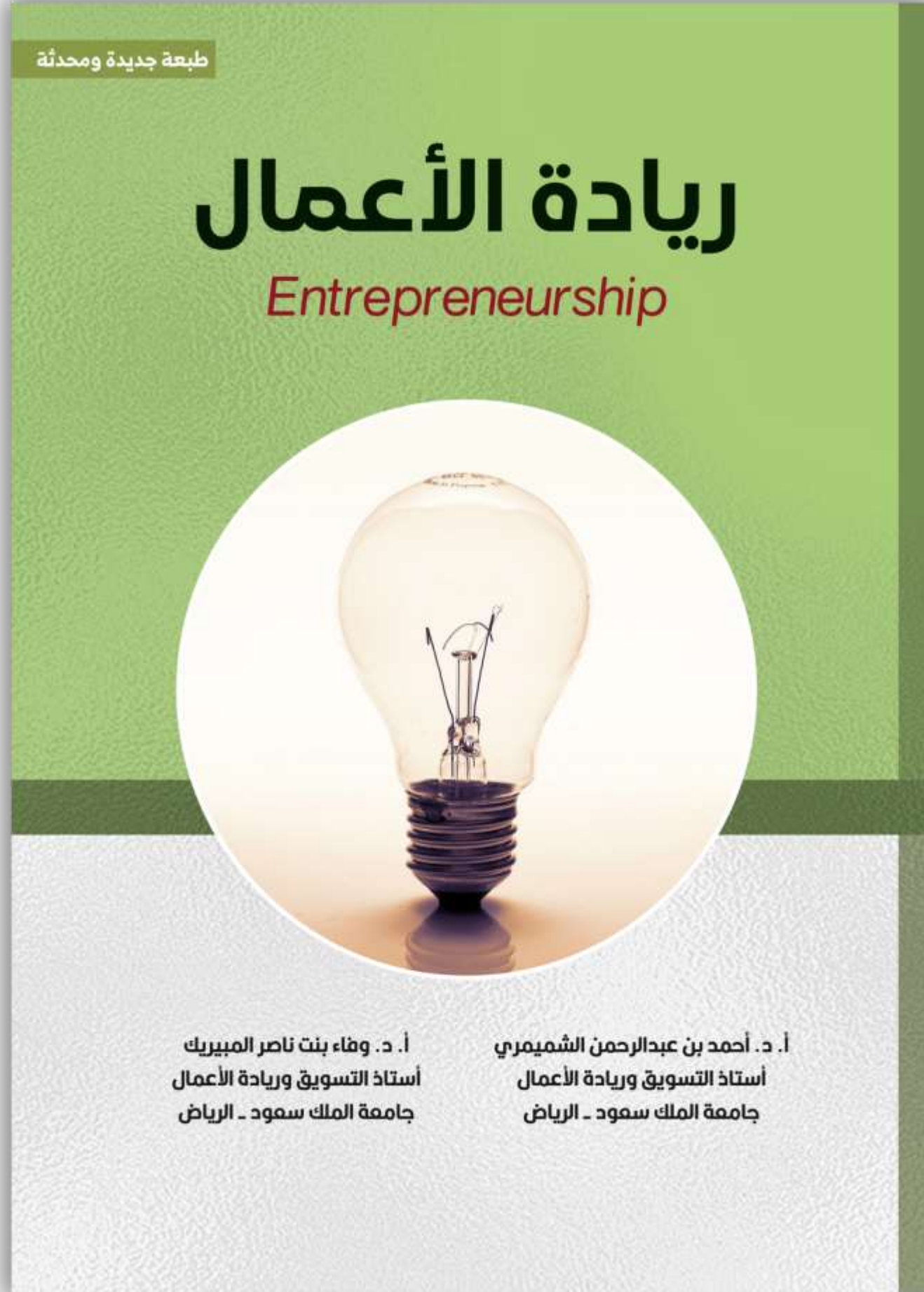




# الفصل الحادي عشر

## ريادة الأعمال Entrepreneurship

أ.د. أحمد الشميمري - أ.د. وفاء بنت ناصر المبيريك



## تسويق المشروع

### محتويات الفصل

1 مفهوم التسويق

2 عناصر المزيج التسويقي

3 اختيار موقع المشروع

4 التسويق باستخدام وسائل  
التواصل الاجتماعي

5 الخطة التسويقية



# مفهوم التسويق



”نشاط إداري واجتماعي يقوم به عدد من المجموعات والأفراد، للحصول على ما يحتاجون أو يرغبون، عن طريق عملية تبادل المنتجات والقيم من الآخرين.”

## المنافع

- "القيمة التي يحصل عليها العميل من شراء المنتج ، أي ماذا يريد العميل؟
- «أداء مميز، توفير نقود، استمتاع، قيمة مستحقة»



## عناصر المزيج التسويقي



المنافع



## عناصر المزيج التسويقي

أولاً: المنتج (Product) 

### مصطلحات مرتبطة بالمنتج

- مزيج المنتجات: يتكون من كافة المنتجات التي تنتجها أو تبيعها المؤسسة
- التمييز: استخدام المؤسسة لشعار أو رمز أو اسم لجعل المنتج مختلف عن منتجات المنافسين
- اسم المنتج: كلمات أو أرقام تدل على المنتج
- علامة المنتج: استخدام شكل أو رمز
- العلامة التجارية: اسم العلامة التي تتمتع بحماية القانون

## عناصر المزيج التسويقي

ثانيا: التسعير (Price)



• السعر: هو الإيراد من بيع وحدة واحدة من المنتج

### أهداف عملية التسعير

1. الاستمرار في السوق وعدم الخروج منه
2. زيادة الحصة السوقية للمنتج
3. تحقيق مستوى معين من الربح
4. خلق انطباع بجودة المنتج وتميزه

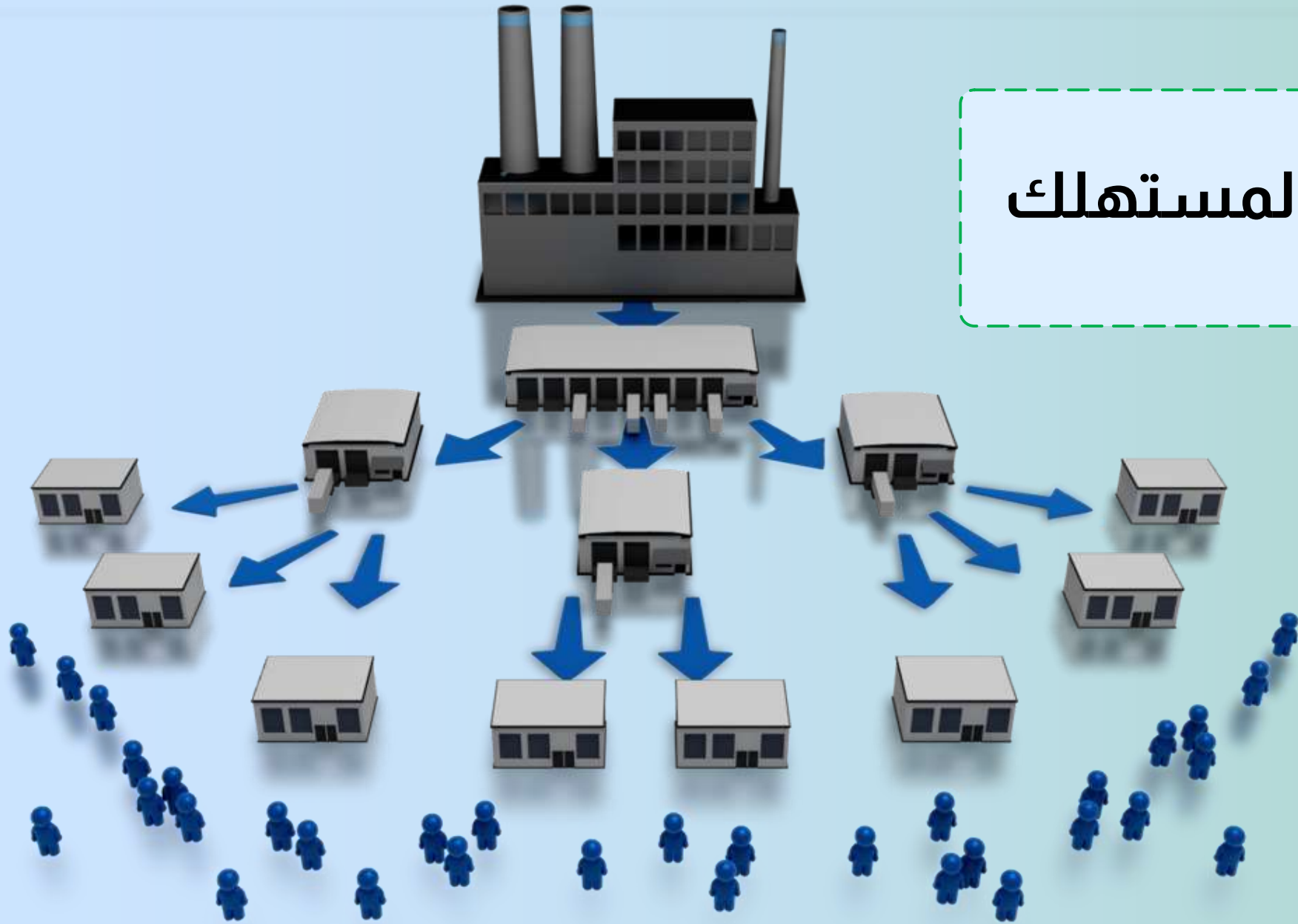


# عناصر المزيج التسويقي

ثالثًا: التوزيع: (Place)



• الطريقة التي يصل من خلالها المنتج إلى المستهلك



## عناصر المزيج التسويقي

رابعاً: الترويج (Promotion)



- تدفق المعلومات من البائع إلى المشتري بهدف:
- التأثير على اتجاهات المشتري
  - حثه على شراء المنتج

ويمكن تعريفه بـ

مجموعة الاتصالات التي يجريها المنتج بالمشتريين المرتقبين بغرض تعريفهم وإقناعهم بالسلع و الخدمات المنتجة ودفعهم للشراء

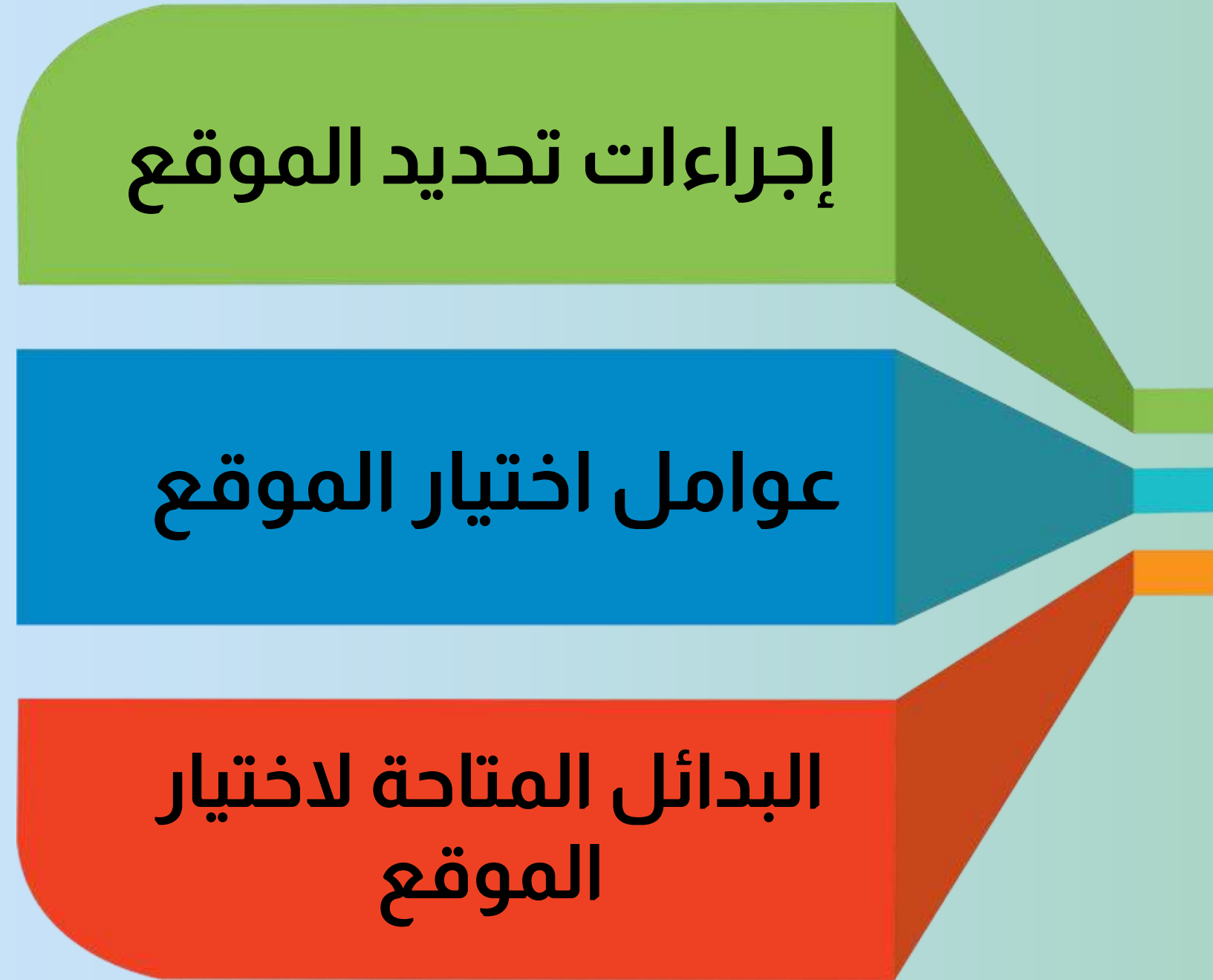


## عناصر المزيج التسويقي

رابعاً: الترويج (Promotion)



## اختيار موقع المشروع



اختيار موقع  
المشروع





## اختيار موقع المشروع



### عوامل اختيار الموقع

- القرب من مصادر التمويل.
- القرب من الأماكن التي يقيم فيها المستهلكون.
- نوع المنتجات المتوقعة توزيعها.
- العوامل الشخصية.
- توافر المرافق العامة.

- القرب من مصادر المواد الأولية.
- القرب من المنشآت ذات العلاقة بالمنشأة.
- القرب من مناطق تجمع العمال.
- القرب من مصادر القوى المحركة.
- القرب من طرق النقل والمواصلات.
- القرب من مواقع المتعاملين.

## التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

04

### عوامل اختيار الموقع



- يعتبر التسويق عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي (SMM) من أحد الوسائل الحديثة الهامة في التسويق وذات الأثر الكبير والمتزايد على المستهلكين. لكن استخدامه ليس سهلاً وبسيطاً بل يتطلب متابعة والوصول إلى الهدف المبتغى منها أمراً مكلفاً ويتطلب المال والجهد والتخصص.
- وأيضاً عند التفكير في هذا المجال (SMM) يجب أن تكون جاهزاً بمخصص متفرغ لإنجاز وتنفيذ الحملة، فالتواجد في وسائل التواصل الاجتماعي دون متابعة قد يكون ضرره أكبر من عدم التواجد.



## التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

04

### مقارنات بعض وسائل التواصل الاجتماعي

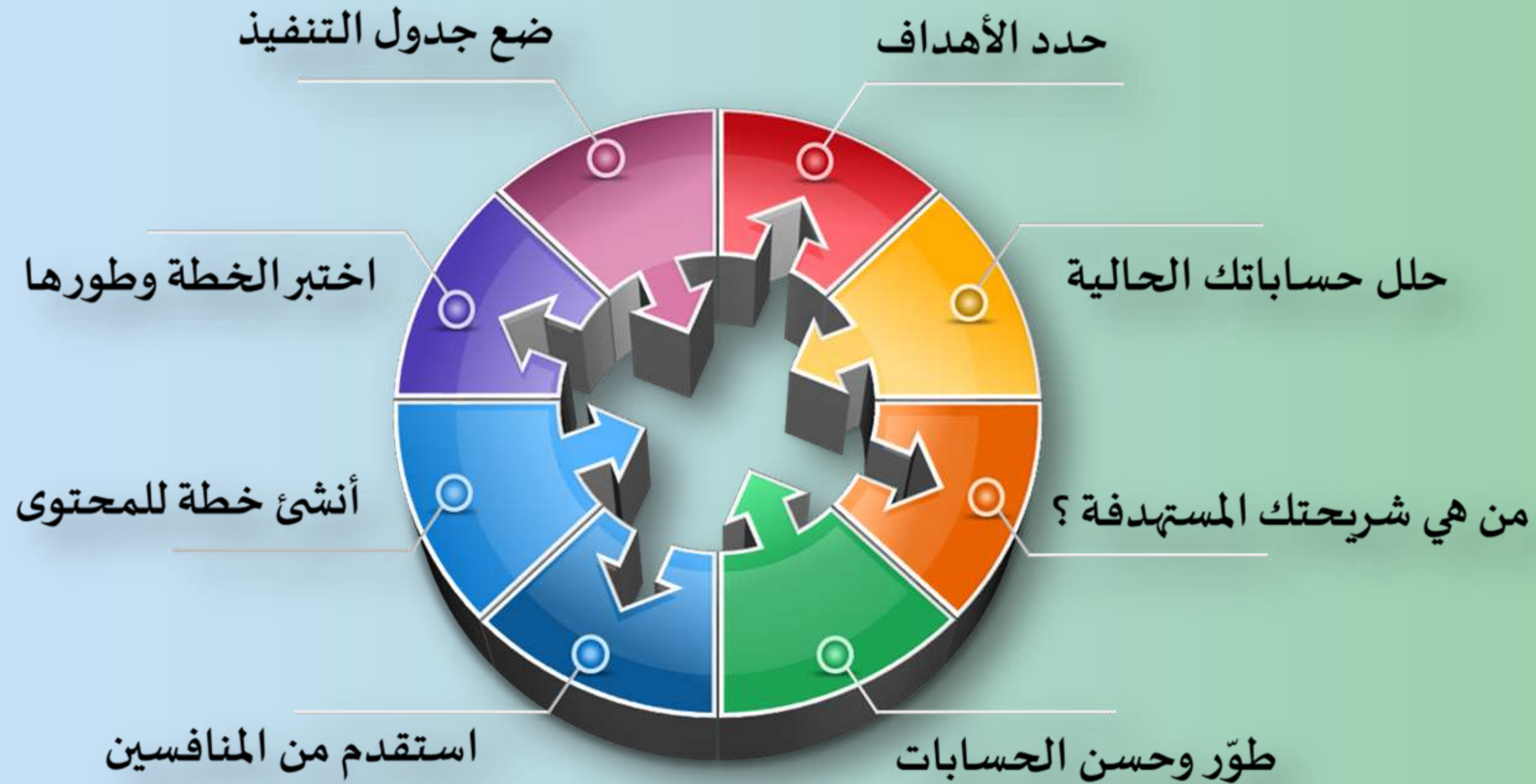
| الوسيلة                       | فيس بوك                               | إكس                                           | لينكدن                                               | + قوقل                                                       | يوتيوب                                        |
|-------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| القطاع المستهدف               | B2C                                   | B2B - B2C                                     | B2B                                                  | B2C                                                          | B2C                                           |
| التركيز على                   | مشاركة الصور والأخبار والقصص          | مشاركة الصور والأخبار والقصص                  | مشاركة نجاح وأخبار الشركات                           | مشاركة الصور والأخبار والقصص                                 | مشاركة المعلومات و مقاطع التسلية.             |
| التغذية الراجعة وفرصة التواصل | او تعليق على Likes المحتوى            | إعادة التغريدة                                | Likes او تعليق على المحتوى والنقاش والمتابعة للشركة. | مشاركة Likes وأضافة إلى الأنشطة.                             | اشترك وشارك في الأنشطة.                       |
| الأثر على زيارة الموقع        | ربط مباشر وتجارة إلكترونية وتطبيق ذكي | ربط مباشر من خلال المحتوى المعروض             | ربط مباشر من خلال المحتوى المعروض                    | ربط مباشر من خلال المحتوى المعروض + تأثير على نتائج بحث قوقل | ربط مباشر من خلال المحتوى المعروض             |
| فرصة الإعلان                  | إعلانات فيس بوك إعلانات مميزة رعاية   | تغريدات ترويجية توجهات ترويجية حسابات ترويجية | إعلانات لينك دن                                      | غير متوفر                                                    | إعلانات فيديو إعلانات تواصل إعلانات ظهور وعرض |



## التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي



خطوات إنشاء خطة تسويق تواصل اجتماعي (SMM)





# التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي



## مكونات الخطة التسويقية





## الخطة التسويقية



جدول إعداد الخطة التسويقية



أُسئلة تحدد معالم  
خطتك التسويقية



ماجد للملابس  
الرياضية