

## المباشرة بعملية دراسة السوق

قبل أن تقوم بتطوير أهداف واستراتيجية التسويق، يتوجب عليك تحديد الأمور ما هي أكثر الفرص الواعدة للسوق الذي تستهدفه. عليك أن تأخذ ذلك بعين الاعتبار.

## المنتجات/ الخدمات التي ستقدمها

إن عملية تحليل منتجك أو خدمتك التي ستقدمها أمرٌ سيعود عليك بالنفع من وجهة نظر الزبائن، ومن البديهي أن تقوم بذلك. قم بطرح الأسئلة التالية على نفسك:

- ما هي المنفعة التي ستقدمها للزبائن؟
- ما هي سمات منتجك أو خدماتك، وأيها سيكون موضع تقدير لدى الزبائن؟
- طبيعة دورة الحياة لديها وما هي نسبة المجازفة في العثور على بديل؟

## سوق العرض لديك

قم بفهم ساحة السوق لديك وحدد العوامل التي ستؤثر على مشروعك التجاري.

فيما يلي جوانب عليك أن تأخذها بعين الاعتبار:

- ما هو حجم السوق وهل هو في مرحلة نمو أو تقلص؟
- ما هو الموقع الرئيسي للسوق لديك؟
- ما هي خصائصه؟ على سبيل المثال: نوعه، ما يطمح إليه، والقدرة الشرائية.
- طبيعة تغييرات الاتجاه العام والسلوكيات التي قد تؤثر على مشروعك التجاري؟
- طبيعة التطورات التكنولوجية التي قد تطرأ؟ وبروز المنتجات أو الخدمات البديلة؟

## زبائنك

ستتمكن بعد إنجاز عملية دراسة السوق لديك، من تحديد القسم الذي ستستهدفه في السوق. أقسام السوق هي عبارة عن مجموعات من الزبائن يتمتعون بسمات وسلوكيات مشتركة: القسم الذي تستهدفه يعتمد على طبيعة عملك وقدراتك وإمكاناتك. يمكن تحديد قطاع السوق من خلال: الموقع، النوع، الصناعة، الهوية الإثنية، السلوكيات (على سبيل المثال: يتمتعون بروح المغامرة)، والسمات (على سبيل المثال: أفراد يمتلكون سيارات فاخرة).

أنت بحاجة إلى فهم العوامل التي ستقوم بجذب الزبائن لشراء منتجاتك أو خدماتك.

## منافسك

قم بتحديد منافسك المباشرين (أولئك الذين يقومون ببيع المنتجات والخدمات المماثلة وإلى السوق نفسه)، بالإضافة إلى المنافسين غير المباشرين (أولئك الذين يعرضون منتجات أو خدمات بديلة أو مشابهة).

فيما يلي معلومات تحتاجها فيما يتعلق بمنافسك:

- ما الأمور التي يقدمونها لزبائنهم بالضبط.
- مدى تأسيسهم والسمعة التي يتمتعون بها.
- نقاط ضعفهم وقوتهم، والسبب الذي يجعلهم ينجحون.
- أسعارهم.

## مصادر مرجعية لدراسة السوق

في هذه المرحلة ستكون مصادر المعلومات الرئيسية لديك من خلال الآتي:

- إجراء النقاش مع نظرائك ممن لديهم العلم في ذلك المجال، و الذين يملكون زبائن محتملين، ومزودين.
- إجراء البحث المكتبي والذي يتضمن البحث خلال الإنترنت، ومواد التجارة والصناعة، وإحصاءات السوق على سبيل المثال: تقارير دراسة السوق للنظام الألي للمستندات.
- إجراء النقاش مع مستشارين للأعمال، على سبيل المثال: الخدمات الإستشارية الأعمال.

إن التسويق هو أكثر من مجرد إجراء عملية البيع والدعاية والإعلان، إذ أنه عبارة عن الأمور التي يتوجب عليك القيام بها من أجل الحصول على وإبقاء الزبائن مع مرور الوقت. يجب أن تقوم خطة التسويق لديك بالإجابة على السؤال الآتي: لماذا خضت غمار الأعمال، ما هي الأمور التي يترتبها الزبائن، وهل سيقومون بالشراء مني وليس من منافسي.

تطوير خطة التسويق لديك تغطي أربع جوانب هي:

- دراسة السوق.
- أهداف التسويق.
- استراتيجية التسويق.
- المراقبة والتحكم.

افعل ولا تفعل في عملية التسويق:

افعل:

- قم بمراجعة استراتيجيات التسويق لديك بشكل دوري من أجل مواجهة الأوضاع المتغيرة.
- قم بالتركيز على ما يريده وما يحتاجه زبائنك، وليس على اعتقادك بما يتوجب عليك تقديمه.
- قم بتحديد ثغرة في السوق – إذ أن المشاريع التجارية الصغيرة تميل إلى النجاح من خلال تقديم شيء مختلف إلى حد ما.

لا تفعل:

- لا تبذر المال على فرص الترويج والتي لا تتلاءم مع استراتيجيتك.
- لا تهمل عملية بناء الشبكات التي تساعد في ترويج مشروعك التجاري وبناء سمعتك.
- لا تتغاضى عن تقييم مدى فعالية الاستراتيجيات التي تستخدمها.

## تحليل الـ أس. دبليو. أو. تي. (سوات) لديك

باستخدام المعلومات التي قمت بتجميعها، بإمكانك الخضوع لتحليل سوات وذلك لمساعدتك على تحديد أهدافك لعملية التسويق. تحليل سوات لديك يتضمن إجراء التقدير الآتي:

داخلي	خارجي
المقدرة التي تبني على أساسها.	الفرص التي يجب أن تكتشفها
نقاط الضعف التي يجب أن تقضي عليها.	التحديات التي يجب أن تتولى إدارتها.

قم بوضع نقاط أسفل كل عنوان يعكس وبشكل منصف البحث الذي أجرته. يجب أن تقوم بتطوير استراتيجيات تتعامل مع كل قضية تم تحديدها.

## تحديد الأهداف المرجوة من عملية التسويق

يجب أن تقوم ببناء أهداف التسويق لديك على مستوى أوسع من أهداف المشروع التجاري، وقم بتحديد الآتي:

- ما هي المنتجات أو الخدمات التي ستقوم بتقديمها وإلى أي قسم من السوق.
- ما هي المنفعة الرئيسية التي ستقوم بعرضها.
- كيف ستحصل على الأفضلية التنافسية.
- ما هي الأهداف المعينة التي تطمح إلى تحقيقها وفقاً لأي إطار زمني، على سبيل المثال: حصة السوق، الإيرادات، أو أعداد الزبائن.

## استراتيجية عملية التسويق لديك

لوضع الأهداف تحت التنفيذ، عليك أن تقوم بتطوير استراتيجية خاصة من أجل تحقيقها. وفيما يلي الجوانب الرئيسية التي يجب أن تتضمنها:

**المنتج:** عرض المنتجات أو الخدمات بالإضافة إلى النوعية، والميزات، والتغليف، والكفالات، والخدمات المقدمة بعد عملية الشراء. قم بإلقاء نظرة على قائمة الحقائق لخدمة الزبائن للمزيد من التفاصيل عن طبيعة هذه الخدمة.

**السعر:** تتضمن سياسة التسعير التي ستتبعها، بالإضافة إلى الخصومات، والمدفوعات، وسياسة الائتمان. يجب أن تركز عملية التسعير لديك على تقديرات واقعية لجميع التكاليف وخذ بعين الاعتبار الكم الذي سيتحمله السوق والصورة التي تسعى إلى تحقيقها..

**الترويج:** تعتمد الوسيلة التي ستتبعها على طبيعة مشروعك التجاري وقد تتضمن الدعاية والإعلان، وإجراء عملية البيع بشكل شخصي، العلاقات العامة، والربط والتقارب الشبكي، والتسويق عبر الإنترنت. قم بالحصول على قائمة الحقائق التي تتعلق بالإعلان والترويج من الخدمات الاستشارية للأعمال في منطقتك.

**الموقع:** الكيفية التي ستقوم فيها بتوزيع منتجاتك وخدماتك. خذ كل مما يلي بعين الاعتبار: الموقع، البيع بالتجزئة، والتضمين، ووسائل النقل، والتخزين.

## المراقبة والتحكم

تعد تكلفة عملية التسويق أمر في غاية الأهمية بالنسبة للمشروع التجاري، وعليك أن تقوم بتحديد ميزانية التسويق تشمل على التدفق النقدي الشهري، وذلك كجزء من خطة المشروع التجاري. قياس النتائج الناجمة عن فعالية ونشاط عملية التسويق التي تتبعها سيكون بمثابة تأكيد على استمرارك بالحصول على قيمة الاستثمار الذي بذلته في عملية التسويق. على سبيل المثال، سيزيد التقييم من العائدات أو أعداد الزبائن كنتيجة لنشاطات الترويج، مما يمكنك من اتخاذ القرار فيما يتعلق بالأعمال التي توفر لك أفضل الإيرادات.

يجب أن تجتاز أهداف التسويق لديك امتحان سمات:  
س: محدد  
م: قابل للقياس  
أ: ممكن إنجازه  
ر: واقعي  
ت: ذو فترة زمنية محددة

## المزيد من المعلومات

مصادر المعلومات

قم بزيارة الموقع الإلكتروني لوزارة الصناعة و الاستثمار في ولاية نيو ساوث ويلز لمزيد من المعلومات حول التسويق، بالإضافة إلى أدوات تخطيط التسويق، وللمزيد من المعلومات حول الأعمال العامة:

[www.smallbiz.nsw.gov.au](http://www.smallbiz.nsw.gov.au)

تقدم الجمعيات الصناعية والغرفة التجارية والصناعية المحلية نصائح وخدمات جديرة بأن تبقى بالذاكرة. قم بالنقر على مصادر و روابط الشبكة الإلكترونية لوزارة الصناعة و الاستثمار للحصول على بيانات الاتصال.

## إلى من أتحدث بهذا الخصوص؟

يمكن أن تقوم الخدمات الاستشارية للأعمال من تقديم نصائح فردية بما يتعلق بتطوير خطة للتسويق، بالإضافة إلى تقديم المساعدة في عملية البحث للتسويق. كما تقدم ورشات عمل للتسويق تتميز بتكاليف منخفضة، بالإضافة على حرية الوصول إلى أدوات مثل برامج الكمبيوتر التي تتعلق بالمعالم القياسية.

للإتصال: 1300 134 359

