

## التعاريف

**الجدوى الاقتصادية:** هي دراسة أولية للمشروع الجديد.

**الدخل المتوقع:** هو قيمة المبيعات المتوقعة في فترة محددة.

**السلع الميسرة:** وهي السلع التي يرغب المستهلك الحصول عليها من أقرب مكان وبالتالي فإن العملاء المتوقعين هم عدد السكان المقيمين في المنطقة أو العابرين عليها.

**سلع التسوق:** وهي السلع التي يكون المستهلك على استعداد للذهاب إلى السوق للتعرف على الأصناف والأنواع المتوافرة منها.

**السلع الخاصة:** وهي السلع التي تحتاج إلى معرفة فنية عند شرائها وهي تمتاز بارتفاع ثمنها وانخفاض معدل دورانها.

## خطة العمل هي:

- تساعد على جذب المال إلى عملك
- جزء أساسي من المعلومات
- السجل الجوهري والتفصيلي لما سيكون عليه عملك التجاري
- وسيلتك لتوصيل رؤيتك إلى الآخرين.

**التسويق:** هو النشاط الذي يحكم التدفق الاقتصادي للسلع والخدمات للمستهلكين.

**المزيج التسويقي:** مجموعة من الأنشطة المتكاملة والتي يمارسها المسوق بهدف تلبية احتياجات العملاء (4ps): **Product** المنتج - **Price** التسعير - **Place** المكان - **Promotion** الترويج

- **المنتج (product):** السلعة أو الخدمة أو الفكرة التي تقدمها لعملائك.
- **التسعير (price):** السعر هو الأيراد من بيع وحدة واحدة من المنتج.
- **التوزيع (place):** هو الطريقة التي يصل من خلالها المنتج إلى المستهلك.
- **الترويج (promotion):** مجموعة الاتصالات التي يجريها المنتج بالمشتريين المترقبين بغرض تعريفهم وإقناعهم بالسلع والخدمات المنتجة ودفعهم للشراء.

**التوزيع المباشر:** لا تستخدم المؤسسة وسطاء في الوصول إلى عملائها فتبيع من المصنع مباشرة أو تبيع من خلال متاجر تابعة لها.

**التوزيع الغير مباشر:** يستوجب وجود شبكة توزيع والتي يطلق عليها القناة التوزيعية، أي هي الطريق الذي يسلكه المنتج من المصنع حتى يصل إلى المستهلك.

**منافذ التوزيع:** المؤسسات أو الأفراد الذين تشتمل عليهم قناة التوزيع، والذين يساهمون في وصول المنتج إلى العميل.

**الإعلان:** هو اتصال ترويجي مدفوع الثمن يستهدف إمداد العملاء المستهدفين بمعلومات تتعلق بخصائص المنتج.

**تنشيط المبيعات:** مسابقات وخصومات وهدايا كثيرة ومتنوعة في منافذ التوزيع

**العلاقات العامة:** الأنشطة التي تمارسها الشركة في سبيل تكوين صورة إيجابية عنها.

**البيع الشخصي:** اتصال شخصي بين رجل البيع والعميل المستهدف حيث يسعى رجل البيع إلى اقناع العميل بشراء المنتج.

**النشر:** اتصال ترويجي غير مدفوع الثمن يتم من خلاله نشر أخبار عن المؤسسة .

**السوق:** هو مجموعة من المشترين الحاليين والمتقربين، لديهم حاجات أو رغبات غير مشبعة، لديهم القدرة والرغبة في الشراء، الذين يمكن خدمتهم واشباعهم من جانب المنشأة.

**الأسواق الاستهلاكية:** تتكون من المشترين والمستهلكين الذين يستهلكون أو يستفيدون من المنتجات للاستهلاك الشخصي أو المنزلي.

**أسواق إعادة البيع:** تتكون من الوسطاء الذين يقومون بشراء السلع تامة الصنع وإعادة بيعها لتحقيق الربح (تجار الجملة والتجزئة والوكلاء)

**سلوك المستهلك:** النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات والأفكار التي يتوقع أن تشبع حاجاته ورغباته.

**تجزئة السوق:** هو تقسيم السوق إلى عدة قطاعات من العملاء، لتمييز كل قطاع عن الآخر من حيث خصائص هؤلاء العملاء واحتياجاتهم.

**البيئة التسويقية:** هي كافة الأفراد والمنشآت في محيط الأعمال والتي تؤثر في المنشأة سواء كانت من خارج المنشأة أو من داخلها.

**وضع الأهداف التشغيلية الرئيسية:** هو تعبير رقمي لما ترغب الشركة في تحقيقه.

لا تنسوني من الدعوات الطيبة

نورة الزهرني..