

قسم ادارة البيئة/ المرحلة الثالثة
مبادئ التسويق / الكورس الاول للعام الدراسي 2019-2020
المحاضرة الثامنة/تدريسي المادة ثناء عبدالكريم

عنوان المحاضرة (منتجات الاعمال (المنتجات الصناعية))

يشترى زبائن الاعمال او الزبائن الصناعيون تشكيلة واسعة من المنتجات لغرض بناء المنظمة وتحقيق اهدافها ، ويمكن تصنيف منتجات الاعمال الى الشرائح الآتية:

1- التأسيسات : وتشمل المباني ، المصانع ، المخازن، والمعدات الرأسمالية غير قابلة للنقل كخطوط الانتاج والآلات الضخمة.

2- المعدات الاضافية: هذا النوع من المنتجات لا يصبح جزءاً من المنتج النهائي لكنه يستخدم في اعمال الصيانة والتركيب كالعديد اليدوية وتمتاز هذه المنتجات برخص ثمنها وتكرار شرائها.

3- المواد الخام: وهي المواد الطبيعية التي تصبح فيما بعد جزءاً من المنتج النهائي مثل المعادن، المواد الكيماوية، خشب اشجار الغابات.

4- الاجزاء: تكون جزءاً من المنتج النهائي اما باعتبارها اجزاء مصنعة او شبه مصنعة مثل : قطع غيار السيارات ، الاطارات، المفاتيح.

5- خدمات التجهيزات: تشمل الصيانة وخدمات تبديل قطع الغيار والمواد اللازمة لتسهيل العملية الانتاجية ولكنها لا تشكل جزءاً من المنتج تام الصنع: الاوراق، الاقلام ويكون وجود هذه المنتجات في محلات التجزئة وشرائها متكرر.

6- خدمات الاعمال : منتجات غير ملموسة تحتاجها جميع منظمات الاعمال في تنفيذ عملياتها وتشمل الخدمات المالية والقانونية وتكنولوجيا المعلومات.

عناصر المنتج

تتضمن العناصر التي تشكل المنتج : الخصائص، الاسم، التغليف: الملصق التعريفي، والسلع والخدمات المساندة وفيما يلي توضيح لكل منهم:

1- خصائص المنتج: هي افكار فريدة لمنتجات معينة في السوق تجعل من الصعب على المستهلكين مقاومة شرائها مثل: الشكل المادي للمنتج، مستوى الجودة، قوة التحمل، سهولة الاستخدام، تأثير المنتج على البيئة.

2- اسم المنتج : يطلق التسويقيون اسماً معيناً أو مصطلحاً أو تصميماً أو رمزاً أو أي خليط بينهما لتمييز المنتج عن غيره من منتجات المنافسين وينقسم اسم المنتج الى عدة اشكال وهي كالتالي :

أ- اسم العلامة Brand name : وهو جزء من الاسم يمكن التعبير عنه لفظياً بما فيها احرف أو كلمات أو ارقام. مثل مطاعم ماكدونالد، آيفون ، اديداس.



ب- ماركة العلامة Brand Mark : هو جزء من اسم العلامة لا يمكن التعبير عنه لفظياً كما هو في تصميم الشعارات او الرموز كما هو الحال بالنسبة لإشارة مطاعم المكدونالد ، اشارة المرسيدس، اشارة قناة تلفزيونية (الحررة) ، .



ج- الاسم التجاري Trade Name : وهو الاسم الذي تزاول منظمات الاعمال نشاطها من خلاله وله حماية قانونية ومسجلاً لدى وزارة التجارة والصناعة كما هو الحال في شركة مرسيدس بنز ، أو شركة كيا .

3- التغليف Packaging : يشير عنصر التغليف للمنتج بأنه أي اطار أو محتوى يعرض من خلاله المنتج ، والتغليف يمثل اول اتصال بين المستهلك والمنتج ويؤدي التغليف منافع عدة منها:

- منافع اتصالية : تعليمات عمل المنتج، مكونات المنتج، اثاره انتباه وجذب الزبون.
- منافع وظيفية : حيث يحقق التغليف ادواراً وظيفية هامة مثل الحماية والتخزين للغذاء ، الادوية، الادوات الكهربائية.
- منافع ادراكية : الادراك الذي يحدثه التغليف في عقل المستهلك، فالتغليف يوصل فكرة معينة عن مستوى المنتج وجودته.

4- البطاقة التعريفية Labeling : يتطلب من المنتجات وبحكم القانون أن تلتصق بطاقة تعريفية على منتجاتها وتؤدي البطاقة التعريفية الوظائف التالية:

- تساعد في ترويج المنتج
- تزود المستهلكين والوسطاء بالمعلومات
- استجابة الى التعليمات الحكومية

5- العناصر الداعمة للمنتوج Supporting Elements

هي العناصر التي تدعم المنتوج كالكفالة والضمان، الصيانة وخدمات التصليح وتركيب الاجهزة والمعدات، والتدريب وخدمات الاستشارات. هذه الخصائص تساعد في تسهيل بيع المنتوج وزيادة ايرادات جديدة للمنظمة.

الكفالة : هو تعهد مكتوب يلتزم فيه المنتج (المنظمة) بالتعويض على المشتري اذا ثبتت عدم صلاحية المنتوج أو لم يؤدي الوظائف المطلوبة منه.

الضمان: هو تأكيد مكتوب أو غير مكتوب يلتزم به المنتج (المنظمة) بأن منتجاته سوف تحقق رضا المستهلك أو المشتري. وهذا يعني أن سعر الشراء سوف يتم تعويضه اذا ثبت فشل المنتوج في تحقيق الرضا.