

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# Marketing

یا

بازاریابی



# تعریف

---

## الف: از لحاظ بازار

عبارت از تبلیغ و فروش یعنی تولید اقلامی که فروش دارد و فروش اقلامی که تولید شده است.

## ب: از لحاظ فروش

عبارت از یک پروسهٔ اجتماعی و تدویری بوده که توسط آن تولید کنندگان تجارت خویش را از طریق تبادل کالا و ارزشها بین همدیگر انجام میدهند تا بتوانند فروش و تولیدشان متداوم تأمین گردد.

# 5 P's of Marketing (بازاریابی)

1. **Product** تولید: چه باید تولید شود و مشتریان چه میخواهند.
2. **Place** جای: تولیدات در کجا به فروش برسند.
3. **Promotion** تشویق: جلب مشتریان ذریعۀ 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.

# تحقیقات در بازاریابی ( Research in Marketing)

---

تحقیقات در بازاریابی فکتور عمده ایست که توسط آن میتوان  
ضروریات و تقاضاهای مشتریان را دانست.

تحقیقات و یا جمع آوری معلومات به دو نوع اند:

## ■ معلومات ابتدائی (Primary Data)

1. مشاهدات
2. سروی
3. مصاحبہ
4. تجربہ و امتحان

## معلومات ثانوی (Secondary Data)

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.



# تقسیم بندی بازار یا Marketing Segmentation

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

1. از لحاظ موقعیت جغرافیائی
2. شهری و روستائی
3. طفل ، زن و مرد
4. سن ، وظیفه ، نژاد و قوم

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

# ستراتژی خوب در تعیین قیمت

1. فصل سال و موقعیت جغرافیایی : **Seasonal or geographical**  
در اوقات مختلف سال و موقعیت جغرافیایی مختلف قیمت کالا متفاوت می باشد.
2. عرضه و تقاضا **Supply and Demand** : قیمت کالاها در صورتیکه عرضه زیاد باشد پائین و در صورت تقاضای زیاد ، زیاد میشود. مثلاً قیمت میوه جات در وقت جمع آوری پائین می باشد.
3. قیمت مارکیت **Market price** : متناسب با علاقمندی مشتریان بوده که تقاضای متداوم مشتریان در آن نهفته است.
4. عرضه کالاهای جدید **Increasing Market Share** : بعضاً کالا های جدید در بازار به قیمت پائینتر عرضه میشود که تأثیر مستقیم بالای قیمت کالاهای که قبلاً تولید شده است، دارد.

5. قیمت به اساس مقدار **Quantity Discounts** : هرگاه مشتریان یک مقدار بیشتر از کالا ها را خریداری نمایند تولید کننده قیمت کالا را پائین میسازد.

6. قیمت به اساس مقدار **Quantity Discounts** : هرگاه مشتریان یک مقدار بیشتر از کالا ها را خریداری نمایند تولید کننده قیمت کالا را پائین میسازد.

7. ارزش حقیقی و مفاد **Real cost or certain amount of profit** : که به اساس قیمت تمام شد کالاها و مفاد متوقعه تعیین میگردد.

## ترتیب ستراتیژی خوب در بازاریابی یا Developing a marketing strategy

■ 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 we add value to a product?

■ قیمت تمام شد کالاها به چه مقدار است؟

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

■ کالا های چطور تولید و کیفیت آن بلند برده میشود؟

How to produce and improve the quality of products?

■ 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?**

■ کالا های چطور تولید و کیفیت آن بلند برده میشود؟

How to produce and improve the quality of products?

■ 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 به کالا های مذکور ثابت باقی میماند.
- تنوع و مقدار کافی با در نظر داشت کیفیت ثابت قناعت مشتریان را همواره 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.)

# چطور میتوان تولید را مشهور ساخت؟

## How to popularize a product?

### 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.

# سیستم معلوماتی Information Database

---

- 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 کالاهای متنوع در کجا و چه وقت



# سیستم معلوماتی Information Database

■ معلومات در مورد اوقات مناسب 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 کالاهای بیشتری را فرستاد و به فروش رسانید.

■ هرگاه تقاضا به تعضی از کالاها دفعتاً کم میشود میتوان به اساس معلومات در ارسال کالاهای بیشتر ، مصارف خدماتی و ترانسپورتهی جلوگیری به عمل آید.

# رهنمود جهت بازاریابی موفق

## Action for Successful Marketing

---

- 
- **Research** تحقیق در مورد تقاضای مشتریان
- **Develop strategy** ترتیب ستراتیژی و پلان بازاریابی
- **Establish structure** تأسیس کوپراتیف و مؤسسات تجارتي
- **Standardize products** داشتن تولید و کالاهای ستندرد

# رهنمود جهت بازاریابی موفق

## Action for Successful Marketing

- **Continually improvement** بهبودی متداوم و مسلسل پروسه تولید کالاها و تولیدات
- **Add value to products** افزودن 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"