

# استراتيجية التسعير والاسعار "تحديد السوق"

## الفئة المستهدفة

استراتيجية التسعير دوره تدريبيه تستهدف مديري وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم ، فضلا عن مديري التسويق والموظفين العاملين في مجال التسويق في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم.

## أهداف البرنامج

بحلول نهاية هذا البرنامج ، سيتمكن المشاركون من :

- شرح عملية تجزئة السوق واختيار السوق المستهدف .
- وضع معايير لتجزئه السوق بفاعلية.
- تقييم وتحديد السوق المستهدف .
- تحديد استراتيجيات تغطية السوق والعوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند اختيار استراتيجية لتغطية السوق .
- كتابه بيان تحديد موقع فعال.

## محتويات البرنامج

تجزئة السوق و اختيار السوق المستهدف.

- عملية تجزئة السوق وتحديد السوق المستهدف.
- سوق العميل و الشركات.
- سوق الزبون(العميل الدائم).
- تحديد الأجزاء التي لم تتم تلبيه احتياجاتها.
- القطاعات التي يمكن قياسها و الوصول اليها.
- تقييم القطاع.
- خطة العمل.

## تحديد المزايا الأساسية

- تسلسل (ترتيب) Maslow's للاحتياجات.
- تطبيق التسلسل الهرمي للاحتياجات ل Maslow's للعملاء من المستهلكين والشركات.
- المتطلبات للفوائد الاساسيه.

## كتابة بيان تحديد موقع

- لماذا توجد حاجة لكتابة بيان تحديد الموقع؟
- نموذج من بيان المواقع.
- ماذا يشكل بيان تحديد الموقع الجيد؟
- خطة العمل.

هذه الشهادة تتطلب حضور لا يقل عن 90 ٪ من مجموع المحاضرات.

المواد : كتاب حالات (بيزنيس ايدج)

المدة : 24 ساعة