

جامعة المسيلة / كلية العلوم الاقتصادية
قسم علوم التسيير / السنة الثانية علوم التسيير
السلسلة (01) للأعمال الموجهة في التسويق
عنوان السلسلة : القيمة المدركة لدى الزبون (Customer Perceived Value)

الأسئلة: اختر مقدراتك المعرفية بالإجابة على الأسئلة التالية:

1/ اقرأ بتمعن المعطيات التالية:

يفضل أحد المستهلكين منتجات العلامة (LG) عن غيرها من العلامات التجارية لاعتقاده بجودة أدائها، فقام بشراء غسالة من نوع (LG- Twinwash) بلون رمادي وتصميم انسيابي أنيق، تقوم الآلة بغسل حمولتين في وقت واحد؛ كما تتميز بعدة خصائص أهمها: سعة تحميل تصل إلى 10 كغ؛ تقنية المحرك المباشر الذي يخفف الاهتزاز ويزيد من قوة التحمل؛ أجهزة استشعار تنظم درجة حرارة الماء وتوفر استخدام المنظفات؛ سخان صحي يساعد على إزالة البقع الصعبة؛ ولوحة تحكم ذكية؛ بعد شراء الغسالة تحصل المستهلك على (CD) من طرف وكيل البيع يحتوي على مقاطع فيديو تبين كيفية تشغيل الآلة بالتفصيل وطرق صيانتها، بالإضافة إلى وثيقة الضمان الذي تمتد فترته إلى خمس سنوات يتم خلالها إصلاح الأعطال مجانا، كما تحصل على عنوان البريد الإلكتروني ورقم الهاتف الخاص بخدمة العملاء للاستفسار حول أي عارض وحجز خدمة الإصلاح عبر الإنترنت.

المطلوب:

- 1- ما هو العنصر الأساسي الذي يعكس القيمة في ذهن المستهلك الذي قام بشراء الغسالة؟ وما نوع تلك القيمة؟
- 2- حدّد العناصر أو المكونات الخاصة بكل مستوى من مستويات منتج LG Twinwash وفق النموذج الثلاثي لـ (Philip Kotler)، وفيما تكمن أهمية المستوى الثاني؟

2/ تسوق شركة FIAT الإيطالية المصنعة للسيارات لسنة 2023 السيارات الآتية:

نموذج 500 ونموذج X500 ونموذج New 500 ، سيارة TIPO من خلال نموذجين (station wagon+Hatchback) بثلاث محركات هي (1.0 FIREFLY T3 100 HP ، 1.5 130 HP DCT HYBRID و 1.6 130 HP DS)، سيارة PANDA، سيارة عائلية E-DOBLÒ، السيارة النفعية E-Ulysse

المطلوب:

- 1- أحسب عمق مزيج المنتجات لشركة فيات FIAT ؟
- 2- ما هي القطاعات السوقية المستهدفة من قبل شركة fiat على ضوء مزيج منتجاتها؟