

ملخص المحاضرة الثانية: المزيج التسويقي

ما هو المزيج التسويقي Marketing Mix ؟

المزيج التسويقي هو مجموعة من الأدوات والاستراتيجيات التي تستخدمها الشركات لتحقيق أهدافها في السوق المستهدف، يتألف من أربعة عناصر رئيسية، وهي المنتج، السعر، المكان، والترويج، هذه العناصر تُعرف اختصاراً بـ "4P's" في اللغة الإنجليزية في حال ما إذا كانت المنتجات مادية ملموسة (سلع استهلاكية، سيارات، أثاث....):

- 1- **المنتج (Product)**: يشمل السلع أو الخدمات التي تقدمها الشركة للعملاء
- 2- **السعر (Price)**: هو المقدار النقدي الذي يدفعه العميل مقابل المنتج أو الخدمة
- 3- **المكان (Place)**: يشير إلى الموقع الذي يتم فيه بيع المنتج أو تقديم الخدمة، ويكون مناسباً للمستهلك أو العميل.
- 4- **الترويج (Promotion)**: يشمل جميع الأنشطة التي تقوم بها الشركة لزيادة الوعي وجذب العملاء وتوليد المبيعات كالإعلانات والإشهار والتخفيضات والهدايا.....

أما إذا كان المنتج عبارة عن خدمة (كخدمات الفنادق والتأمينات والمطاعم والوكالات السياحية...) فيصبح المزيج التسويقي عبارة عن سبع متغيرات، حيث يضاف الدليل المادي والأفراد والعمليات، ليصبح المزيج التسويقي الموسع، والمعروف أيضاً بـ "7P's Marketing Service Mix"، العناصر الثلاثة تم إضافتها بواسطة الباحثين "بومس" (Booms) و"بيتنر" (Bitner) في عام 1981 :

- 5- **الأفراد (People)**: يشمل هذا العنصر جميع الأشخاص الذين يشاركون في تقديم الخدمة، مثل الموظفين والمديرين والعملاء أنفسهم.
- 6- **العمليات (Process)**: يشمل هذا العنصر الإجراءات والأنشطة والمهام التي تستخدم لتقديم الخدمة
- 7- **الدليل المادي (Physical Evidence)**: يشمل هذا العنصر العناصر المادية التي تستخدم لتقديم الخدمة، مثل المباني والمعدات والموظفين والمواد الطباعية.

هذه العناصر الإضافية تساعد الشركات التي تقدم الخدمات على تحديد استراتيجياتها التسويقية بشكل أكثر فعالية



المصدر: <https://www.income-marketing.com>