

المستوى الأولى ماستر

تخصص علم النفس العمل والتنظيم وتسيير الموارد البشرية

السداسي الثاني

المادة علم النفس الاقتصادي

المحاضرة التاسعة

وظائف وأهمية التسويق

1- وظائف التسويق :

من أهم الوظائف ما يلي :

- المساهمة في تحديد الأهداف العامة للمشروع بالإضافة إلى تحديد الأهداف التسويقية لكل وحدة عمل داخل المؤسسة المكونة من عدة وحدات أو التي يوجد بها مزيج تسويقي سلعي يظم أكثر من سلعة .
- المساهمة في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة وصولاً إلى تحديد الفرص التسويقية المتاحة و التحديات أو المشاكل التي يجب تفاديها أو حلها .
- تصميم و تنفيذ كافة المنتجات و الدراسات الميدانية المرتبطة بالمستهلكين و المنافسين أو ظروف الصناعة بشكل عام .
- تحليل و تفسير البيانات التي جمعها بواسطة بحوث التسويق و نظم المعلومات ، وذلك لتقديمها على شكل نتائج يمكن من خلالها إتخاذ القرارات الصائبة .
- تعديل المزيج التسويقي لبعض المنتجات التي تعاني ، بالإضافة إلى إلغاء المنتجات الفاشلة و التي تحقق الخسارة المالية للمؤسسة مع العمل على تقديم سلع جديدة تشبع حاجات و رغبات و أذواق جديدة لدى المستهلكين .
- تحديد كافة السياسات المرتبطة بتحديد الماركة للسلعة أو الخدمة و جميع الخدمات و الضمانات التي يفضل تقديمها كخدمات مصاحبة للسلع المباعة بالإضافة إلى تحديد أحجام و ألوان و أشكال العبوات .
- تحليل أشكال المنافسين مع تحديد و تطوير الطرق والبيانات .
- تحليل فاعلية أو ربحية منافذ التوزيع المتاحة للسلع المطروحة و إختيار الأنسب منها للمؤسسة من جهة و لمصالح المستهلكين من جهة أخرى .
- تحديد أهداف الترويج و أدواته المناسبة لكل سلعة أو خدمة على حدة ، بالإضافة إلى إختيار توقيت و محتوى و شكل الحملات الترويجية المراد توجيهها إلى المستهلكين في الأسواق.

2- أهمية التسويق :

تتجلى أهمية التسويق في الآتي :

- خلق المنفعة الشكلية للسلع عن طريق إبلاغ إدارة الإنتاج أو التصميم بتلك الرغبات و الحاجات المطلوبة من طرف المستهلك سواء تعلق الأمر بالشكل أو الجودة أو التغليف .
- مواجهة منافسة الشركات الأجنبية داخل الأسواق المحلية .
- غزو الأسواق الدولية من خلال إكتشاف الفرص التسويقية في هذه الأسواق.
- خلق الكثير من مناصب الشغل كون النشاط التسويقي للمؤسسة يعمل على خلق العمالة في مجالات مختلفة من البيع ، الإعلانات ، دراسة السوق ، البحوث وغيرها .
- تحريك الطلب الساكن لدى فئة من العملاء المرتقبين بالتعرف على حاجاتهم و إتجاهاتهم .
- تشجيع العملاء و تحفيزهم لبدء إستخدام سلع معينة أو الإستفادة من خدمات معينة .
- توجيه إتجاهات وسلوك الأفراد لخلق طلب إيجابي جديد.