**Marketing Mix: Control and Evaluation**
)التحكم والتقييم في المزيج التسويقي(

أولًا: التحكم والتقييم في المزيج التسويقي هو جزء أساسي من عملية التسويق، ويهدف إلى التأكد من أن الاستراتيجيات التسويقية تعمل بفعالية وتحقق الأهداف المحددة.

### ثانيًا: التحكم (Control)

**التحكم** يعني متابعة الأداء الفعلي للمزيج التسويقي مقابل الأهداف المحددة. يشمل:

* مراجعة أداء المبيعات
* تحليل رضا العملاء
* تتبع ميزانيات الحملات الإعلانية
* مقارنة الأسعار والمنافسة
* تقييم تغطية التوزيع

### ثالثًا: التقييم (Evaluation)

**التقييم** يساعد في معرفة ما إذا كانت الاستراتيجية التسويقية تحقق النتائج المرجوة. ويشمل:

1. **مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs):**
	* المبيعات
	* الحصة السوقية
	* العائد على الاستثمار التسويقي (ROMI)
	* رضا العملاء
	* مدى الوعي بالعلامة التجارية
2. **التحليل البيئي:**
	* تحليل SWOT (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)
	* تحليل المنافسين
	* تحليل سلوك العملاء

### رابعًا: التعديلات (Action)

بناءً على نتائج التحكم والتقييم، قد تحتاج الشركة إلى:

* تعديل الأسعار
* تغيير قنوات التوزيع
* تطوير المنتج
* تعديل الحملات الترويجية

### مثال:

إذا أطلقت شركة منتجًا جديدًا ولم تحقق مبيعات جيدة، فقد يُظهر التقييم أن السعر مرتفع مقارنة بالمنافسين. بناءً عليه، يمكن تعديل السعر وتحسين الترويج

# نموذج تقييم المزيج التسويقي

#  (Marketing Mix Evaluation)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| العنصر | الأسئلة التقييمية | الأداء الحالي | التوصيات أو الإجراءات |
| المنتج | - هل المنتج يلبي احتياجات العملاء؟- هل يتميز عن المنافسين؟ | ✔ مقبول | ✅ تطوير ميزات جديدة / تعديل التصميم |
| السعر | - هل السعر مناسب للجمهور المستهدف؟- كيف يقارن بالمنافسين؟ | ❌ مرتفع قليلاً | ✅ إجراء خصومات أو إعادة تسعير |
| التوزيع | - هل المنتج متوفر في الأماكن المناسبة؟- هل القنوات فعالة؟ | ✔ جيد | 🔄 توسيع التوزيع الإلكتروني |
| الترويج | - هل الرسالة الإعلانية واضحة وجذابة؟- هل القنوات المختارة فعالة؟ | ❌ التفاعل ضعيف | ✅ استخدام إعلانات تفاعلية / تحسين التسويق الرقمي |
| الأشخاص (People) | - هل فريق المبيعات مدرّب؟- هل الخدمة مرضية؟ | ✔ متوسط | ✅ تدريب الفريق على تجربة العملاء |
| العمليات (Process) | - هل عملية الشراء سلسة؟- هل الشكاوى تُحل بسرعة؟ | ❌ بطيئة | ✅ تحسين تجربة المستخدم وخدمة ما بعد البيع |
| الدليل المادي (Physical Evidence) | - هل الهوية البصرية قوية؟- هل المظهر العام للعلامة يوحي بالجودة؟ | ✔ جيد | ✅ تحديث مواد التغليف والعروض الترويجية |