

أساسيات التسويق

سعر

ترفيه وظيفيه

- أي اتصال حول القيمة والفوائد التي لديك لتقديمها هو عرض ترويجي. غالبًا ما يخلط الناس بين الترويج والتسويق. الترويج ، مع ذلك ، هو جزء واحد فقط من مزيج التسويق. من المهم الموازنة بين الترقية والباقات الأخرى.
- هناك العديد من طرق الترويج المختلفة:
- دعاية: يستخدم هذا للوصول إلى السوق الشامل.
- بيع: هذه مجموعة صغيرة أو اتصال فردي.
- شهره اعلاميه: يشمل ذلك ما يذكر في الصحافة أو عبر الإنترنت.
- كلمة إيجابية: العملاء جزء من عملية الترويج ، ويجب عدم تجاهل الكلام الشفهي.

الجزء الثاني من المزيج التسويقي هو السعر. السعر هو ما يدفعه العميل ويؤثر على الشراء. إن السعر المرتفع سيثبط الشراء ، لكن السعر المنخفض قد يتطلب خفضًا في جودة المنتج. التسعير معقد ، ولكن هناك طريقتان أساسيتان للتسعير: على أساس القيمة والتكلفة. على أساس القيمة: طريقة التسعير هذه هي ما تعتقد الشركة أن العميل على استعداد لدفعه مقابل المنتج. على سبيل المثال ، قد يعتمد وقوف السيارات على نظام قائم على القيمة بدلاً من تكلفة المكان نفسه. يعتمد التسعير على أساس القيمة على العرض والطلب. على أساس التكلفة: يعتمد التسعير على أساس التكلفة على تكلفة المنتج الفعلية. يتم إضافة التكاليف ، ويعتمد السعر على ما يلزم لتغطية التكاليف وتحقيق ربح.

اختيار وسائل الإعلام الصحيحة

- من المستحيل التواصل مع جمهورك المستهدف إذا لم تستخدم الوسائط الصحيحة. على سبيل المثال ، سيضمن تجاهل العملاء الأصغر سنًا لوسائل التواصل الاجتماعي تقريبًا عدم تلقيهم اتصالاتك. يعتمد اختيار الوسائط المناسبة على عميلك وميزانيتك.
- مذياع: تصل هذه الوسائط إلى مجموعة صغيرة فقط ، ولكن يمكنك التركيز حصريًا على السوق المستهدف.
- التلفاز: تصل الوسائط إلى مجموعة أوسع ، لكنها باهظة الثمن وقد يتم تجاهل الرسالة مع مسجلات الفيديو الرقمية.
- المنشورات: الوصول إلى السوق المستهدف في منشورات محددة.
- إنترنت: إعلانات البانر و SEO يوسعان السوق.
- وسائل التواصل الاجتماعي: وسائل التواصل الاجتماعي تسمح للعملاء بالمتابعة والمشاركة ، لكنها تتطلب المراقبة والصيانة.