

فن التسويق في المشاريع الصغيرة



تصميم : أسماء الكاس

2009
www.economic.rak.ae

رؤيتنا

الريادة في المبادرة والأداء لتعزيز التنافسية وتحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة والمستدامة.

رسالتنا

دعم وتنظيم قطاع الأعمال وتوفير الخدمات الاقتصادية المتكاملة لإرضاء متعاملينا ومجتمعنا من خلال التسخير الأمثل للإمكانيات المالية والبشرية.

قيمنا

الاحترام: نحيط موظفينا ومتعاملينا وشركائنا وموردينا بالعناية الكاملة في احترام متبادل.

الالتزام: نحتكم إلى اللوائح والقوانين ونلتزم بها.
المبادرة والإبداع: تشجع روح المبادرة والإبداع في إطار منهجي لتحسين العمل ورفع مستوى أدائنا.

العمل الجماعي: نؤمن بالعمل الجماعي وروح الفريق في الدائرة ومع الجهات ذات الصلة.

الابتكار: نرتقي بمستوى خدماتنا لتنبئ طلبات واحتياجات متعاملينا.
التعلم المستمر: ندعم التعلم المستمر على المستوى الفردي والمؤسسي.
الشفافية: نؤمن بالتواصل الصريح والواضح في نشر المعلومات والإجراءات.

المسؤولية الاجتماعية: نهتم بمسؤوليتنا تجاه المجتمع الذي نعيش فيه.

عزيزي المستثمر

إن رأيك هو مصدر إلهامنا فلا تخيل علينا بتقديم النصائح والإرشاد أو إبداء ملاحظاتك عن الدائرة وخدماتها. فأنت المستثمر.

طرق تقديم الاقتراحات والشكاوى

- عن طريق الخط الساخن: 8007333
- عن طريق البريد ص. ب: 10510 رأس الخيمة
- عن طريق البريد الإلكتروني: rakecon@emirates.net.ae
- عن طريق الحضور الشخصي لمقابلة مسؤولي الدائرة (سياسة الباب المفتوح)
- عن طريق مقابلة قسم العناية بالتعاملين أو الاتصال بالرقم 22712222/07 أثناء الدوام الرسمي
- عن طريق صندوق الاقتراحات والشكاوى

فن التسويق في المشاريع الصغيرة

المقدمة:

لا أخفكم سراً أني كنت اعتقد أن التسويق عبارة عن إعلان في جريدة أو في وسيلة إعلانية أخرى لمنتج أو سلعة ما ، أو انه يقتصر على بيع المنتج أو السلعة. وقد يخلط كثير من الناس بين البيع و التسويق. ويعرفون التسويق بأنه جزء من البيع والشراء. لكنني في الآونة الأخيرة اكتشفت أن التسويق عبارة عن عملية معقدة لا يفهمها إلا الناجحون والمتابرون . كما أنه يمكن أن يكون فناً من الفنون العصرية . حيث أنه غالباً ما يرتبط بين الخيال والحقيقة. كما أنه يبين تأقلم كل من المنتج والسعر والمكان والترويج الذي يسمى بالترويج التسويقي. فالتسويق لا يبدأ بتقديم الخدمة أو بإنتاج المنتج (السلعة) بل انه يسبق ذلك بإيجاد المتعامل المناسب لكسب رضاه من خلال إجراءات ودراسات للسوق المستهدف. قد يستغرب البعض من فشل مشروعه ونجاح مشروع منافس رغم عدم وجود الفارق الكبير بينهما من ناحية الجودة و السعر. وقد يضن الكثير أن مشروعه يقتصر فقط على الإعلان لترويج شركته. قد لا يدرك الإنسان معنى كلمة التسويق وأهميته في حياته اليومية و في إدارة الأنشطة التسويقية. لم تعد مشكلة اليوم في تقديم خدمه أو إنتاج منتج (سلعة) جديدة في الشركات أو المصانع. بل أصبحت المشكلة كيف تكون هذه الشركة أو المصنع قادراً على تسويق منتجه أو خدمته والبقاء في السوق المنافس.

التسويق: هو عبارة عن فن يقوم على معرفة مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى إشباع وإرضاء حاجات ورغبات المتعاملين من خلال تسهيل عملية خلق و عرض و تبادل المنتجات بمستوى عالي من التواصل ضمن إطار البيئة التسويقية . هادفة إلى توسيع المؤسسة و تحقيق الربح

أهمية التسويق :

- * العمل على إيجاد فرص العمل . و المساهمة في الحد من مشكلة البطالة
- * تطوير السلعة أو المنتج المناسب من خلال إشباع حاجات و رغبات المتعاملين في السوق
- * رفع مستوى المعيشة و دفع عجلة التنمية الاقتصادية
- * يساعد على ترشيد نفقات المستهلكين من خلال إشباع حاجاتهم و رغباتهم

* المساهمة في تحديد سياسة الاستثمار الملائم لتطوير الاقتصاد الوطني

أهداف التسويق:

- * زيادة الربح
- * تقوية العلاقة بين الجهة (الشركة) و المتعاملين
- * زيادة المبيعات
- * زيادة وعي المستهلك بالمنتج
- * الحفاظة و البقاء في المجال التنافسي للشركة
- * التوسع و الانتشار
- * تحقيق مستوى عالٍ من رضا المستهلكين أو المتعاملين

العناصر الأساسية لإدارة المشاريع الصغيرة

1- الإطار التنظيمي

- تحديد الأهداف وأولويات المشروع
- وضع خطة إستراتيجية للمشروع الصغير
- التنبؤ بالسوق و بحجم الطلب من السوق
- وضع البرامج المالية (الميزانية) و المقاييس للمشروع
- توفير الموارد الالزامية من (عاملين، معدات، أدوات) و التنسيق فيما بينهم
- حسن قيادة العاملين بما يحقق أهداف المشروع

2- نظام المعلومات

- معلومات عن السوق
- معلومات عن فن إدارة المشاريع
- معلومات عن المتعاملين
- معلومات عن الموردين
- معلومات عن الأسعار
- معلومات عن المنافسين
- معلومات عن الجهات الممولة وفرص التمويل
- معلومات عن الجهات التي تدعم مشاريع الشباب

3- دراسة السوق

تفشل المشروعات الصغيرة عادة في تسويق منتجاتها بسبب عامل أو أكثر من العوامل الآتية:

- عدم دراسة السوق بالشكل الصحيح (دراسة الجدوى)
- ارتفاع تكاليف الإنتاج بسبب ارتفاع الأسعار.
- انخفاض الجودة
- حجم العرض أكبر من حجم الطلب
- عدم دراسة الشريحة المستهدفة من المشروع
- الافتقار إلى الخبرات الإدارية و العملية
- عدم معرفة متطلبات و احتياجات و رغبات المستهلكين أو المتعاملين

الفرق بين التسويق و البيع

البيع	التسويق
يبدأ بالمنتج أو المنتج	يبدأ بالسوق أو المتعاملين
يركز على المنتجات الحالية (السلعة)	يركز على متطلبات حاجات المستهلك
يهم بالربح من خلال حجم المبيعات	يهم بالربح من خلال رضا المتعاملين
له أفق زمني قصير	له أفق زمني طويل

أنواع التسويق

أولاً: التسويق الشخصي:

- * المظهر الشخصي لصاحب المشروع . و الذي الخاص بالموظفين
- * معرفة التامة لصاحب المشروع و الموظفين بالمنتج أو الخدمة
- * البزنس كارد لصاحب المشروع
- * الشكل العام للمحل و نظافته
- * السمعة التي تتمتع بها الشركة
- * التميز في تقديم المنتج أو الخدمة
- * التواصل مع الصحافة لنشر منتج جديد أو افتتاح فرع جديد . الهدف منه الانتسار و التوسيع
- * شعار الشركة يجب أن يكون ميزة و معبراً عن اسم الشركة

ثانياً: التسويق الغير الالكتروني:

- * التسويق عن طريق الجرائد و المجلات الإعلانية

- * التسويق عن طريق البريد العادي
- * التسويق عن طريق اللوحات الإعلانية والملصقات
- * التسويق عن طريق المشاركة في الفعاليات المجتمعية والمهرجانات
- * البوستر و البروشور و الكاتalog
- * الهدايا و الخصومات و القسائم الشرائية
- * التسويق عن طريق تقييم الخدمة أو المنتج بواسطة الاستبيانات

ثالثاً : التسويق الالكتروني

- * التسويق عن طريق الانترنت أو الموقع على الشبكة العنكبوتية
- * التسويق عن طريق البريد الالكتروني
- * التسويق عن طريق الهاتف
- * التسويق عن طريق الرسائل النصية
- * التسويق عن طريق التلفاز
- * التسويق عن طريق الراديو

مميزات البيع الشخصي

- * الاتصال المباشر و الشخصي بين البائع و المتعاملين
- * معرفة كافة احتياجات و رغبات المتعاملين
- * معرفة ردة فعل المتعاملين و الرد على جميع استفساراتهم بشكل مباشر و مقنع
- * الإطلاع على معلومات مفيدة عن السوق و العملاء
- * إقناع المتعاملين بشراء السلعة بما يتناسب مع رضا المتعاملين
- * تزويد المتعاملين بمعلومات كافية عن المنتج (السلعة)
- * تعزيز الثقة و توطيد العلاقات بين البائع و المتعاملين

معلومات تحتاجها فيما يتعلق بمنافسيك

- * السمعة التي يتمتعون بها
- * المميزات التي يقدمونها للمتعاملين
- * نقاط ضعف وقوة المنافسين. كما يمكن تحويل نقاط ضعفهم إلى نقاط قوة لديك
- * أسعارهم
- * الوسائل المتبعة في تقديم المنتج

- * الوسائل المتّبعة في أرضاء المتعاملين
- * الوسائل المتّبعة في الترويج التسويقي
- * المنافذ التوزيعية أو التسويقية للمنافسين

أخطاء مندوب التسويق

- * جهل المندوب بالخدمة أو المنتج (السلعة)
- * الإلحاد الكثير لشراء المنتج (السلعة)
- * إضاعة وقت المتعاملين
- * عدم البقاء في الحديث
- * عدم الالتزام بالمواعيد
- * عدم الاهتمام بالهندام (الملبس) والأناقة
- * عدم التحضر الجيد لمقابلة العميل
- * عدم مطابقة المنتج أو الخدمة مع النماذج المروج لها

أفكار و نصائح عامة للتسويق

- * المتعاملين هم شريان الحياة الرئيسي في عملك . تذكر دائماً أنه بدون متعاملين لن يكون لك عمل
- * لا تنسى بأن تكاليف جذب زبون جديد كل يوم في ارتفاع
- * واجبك الوظيفي يحتم عليك أن تعمل على إشباع حاجات ورغبات المتعاملين وأن تعمل قدر المستطاع على إرضائهم
- * قم بتقييم العمل بين فترة و أخرى من ناحية المبيعات . الإنتاج . رضا العملاء . الأرباح . المنافسين.
- * تذكر انك صاحب مشروع صغير. فلا تهدر أموالك في الإعلان و الترويج ولا تتبع سياسة الشركات الكبرى في الإعلانات
- * تذكر بأن الحفاظة على الزبون أفضل من كسب زبون لمرة واحدة
- * اعتمد على إستراتيجية جديدة تميزك عن منافسيك
- * حاول دائماً أن يكون منتجك مميز عن منافسيك إما من ناحية الجودة أو السعر
- * ابحث دائماً عما هو جديد لتزيد من المتعاملين
- * ابحث دائماً عن مجالات جديدة لترويج منتجك (البازارات . المهرجانات . الفعاليات)
- * استعن بأهل الخبرة و تعلم من أخطائهم

- * اكتشف سر نجاح الآخرين و التجارب التي مروا بها
- * تخصص في مجال واحد و انته في بداية مشوارك في عالم التجارة
- * قم بتدريب الموظفين والمندوبين على حسن التعامل مع المتعاملين
- * اعتمد على سياسة التحفيز للموظفين (مادية، معنوية ، أدبية، ..الخ)
- * ركز على التسويق الالكتروني (الموقع على الشبكة ، البريد الالكتروني) إذ يعتبر أكثر وسيلة للنشر وأقلهم تكلفة
- * احرص دائما على التواصل مع الصحافة

الخاتمة

يرى أصحاب المشاريع الناجحة أن فن التسويق يعتبر أسلوباً متعارفاً وشافاً في ذات الوقت. كما يمكن القول أن نشاط المركبة السوقية زاخر بالمنافسة الشديدة. فهو جزء من حياتنا اليومية لكل فرد منا.

أصبح التسويق يعتمد أساساً على دراسة حاجات ورغبات المتعاملين لخلق علاقة دائمة معهم بهدف تحقيق مستوى عالٍ من التواصل لتحقيق رضاهما. ويمكن القول أننا نعيش فلسفة العصر الحديث لا وهو التسويق. فالتسويق هو من يصنع الاقتصاد. والاقتصاد هو من يحدد ملامح صورة هذا العصر.

قد يفهم البعض أن التسويق عبارة عن تقديم أو الإدلاء بمعلومات خاطئة أو كاذبة من أجل بيع السلعة أو تقديم الخدمة هادفة إلى تحقيق الربح وزيادة التوسيع والانتشار وتصبحتى لكل صاحب مشروع راغب في النجاح والازدهار والمنافسة السوقية. الاهتمام بالجانب التسويقي وفتح قنوات التواصل بين الشركة (المنتج) والمتعاملين. والمحافظة عليهم لكسب رضاهما.

of modern age, which is marketing. Marketing makes economy and economy is the element that shapes the face of this age. Some people may understand that marketing is mere presentation or giving false information in order to sell a commodity or provide a service with the aim of achieving profit, popularity and expansion. My advice for all project owners who want to realize market competitiveness is to pay more attention to the marketing aspect and open up new channels of communication between the company (manufacturer) and clients and maintain good relationships with them to reach their satisfaction.

- Remember that maintaining a client is better than gaining new one .
- Try to depend on a new strategy that sets you apart from your competitors.
- Try always to have a unique product that has an advantage over your competitors, whether in quality or price.
- Look always for the new to increase your clients.
- Look always for new fields to promote your product (bazaars, festivals, events).
- Seek the help of experienced people and learn from their mistakes.
- Discover the secret of the success of others and the experiences they went through.
- Specialize in one field when you are still at the beginning of your trading business.
- Provide training for employees and representatives on how to deal with clients appropriately.
- Rely on the policy of staff motivation (financial, moral, etc...)
- Focus on e-marketing (websites, emails) as it is the most popular means and the most affordable.
- Always try to keep in contact with the press.

Conclusion:

Owners of successful projects consider the art of marketing an enjoyable and interesting affair. Market activity is invariably fraught with heated competition and forms an integral part of our daily life. Marketing has largely become dependent on the study of the clients' needs, aiming to maintain unique relationships with them to gain their satisfaction. We can say that we are currently living the philosophy

- Their prices
- Methods pursued in providing the product
- Methods followed in client satisfaction
- Methods adopted in marketing promotion
- Competitors> distribution and marketing outlets

Mistakes committed by marketing representatives:

- Representatives may be ignorant of the product (commodity)
- Annoying insistence to urge others to buy the product (commodity)
- Wasting clients> time
- Talking inconsiderately
- Unpunctuality
- Ignoring outward appearance and neatness
- Improper preparation for the meeting with the client
- The product or service incompatible with the promoted samples

Marketing ideas and tips:

- Clients are the main element in your business; always remember that without clients, you will have no business.
- Don't forget that the costs of attracting new clients are always on the rise
- Your professional duty makes it important for you to satisfy the needs of your clients and to leave no stone unturned to satisfy them
- Evaluate business from time to time, whether in sales, production, client satisfaction, profits or competitors
- Remember always that you are a small project owner; so, do not waste your money in advertisement and promotion and do not follow the same policy of big companies in advertisements

- Gifts, discounts and purchase coupons
- Marketing through service or product evaluation through questionnaires

III- Electronic marketing:

- Marketing via the internet or websites
- Marketing via emails
- Marketing via phone calls
- Marketing via SMS
- Marketing via television
- Marketing via radio

Advantages of personal selling:

- Direct and personal contact between the seller and the clients
- Identifying all the needs and desires of clients
- Identifying the reaction of clients and answering all their inquiries in a direct and convincing manner
- Recognizing useful information on markets and clients
- Convincing clients to purchase commodity to gain client satisfaction
- Providing clients with sufficient information on the product (commodity)
- Enhancing confidence and improving relationships between seller and clients

Information you need to know about your competitors:

- Their reputation
- Advantages they provide their clients with
- Competitors> weakness and strength points - you can even take advantage of their weakness points and turn them into your points of strength

Difference between marketing and selling:

Marketing	Selling
Begins with the market or clients	Begins with the manufacturer or producer
Focuses on the requirements of consumer needs	Focuses on existing products (commodity)
Pays attention to profit through customer satisfaction	Pays attention to profit through volume of sales
Has a long time frame	Has a short time frame

Types of marketing:

I- Personal marketing:

- Personal outward appearance of the project owner and the uniform of the staff
- The knowledge of the project owner and the staff of the product or service
- Project owner's business card
- Outward appearance and cleanliness of the store
- Reputation of the company
- Being unique in providing a product or service
- Coming in contact with the press to promote a new product or open a new branch in order to achieve expansion and popularity
- The logo of the company must be unique and indicative of the company

II- Non-electronic marketing:

- Marketing through newspapers and advertising magazines
- Marketing through regular post
- Marketing through billboards and posters
- Marketing through taking part in social events and festivals
- Posters, brochures and catalogues

- Laying down a strategic plan for the small project
- Forecasting the market the volume of demand from the market
- Setting financial programs (the budget) and the standards for the project
- Provide necessary materials (staff, equipment and tools) and coordinating among them
- Achieving better management of the staff in order to meet the project's objectives

2- Information system:

- Information on the market
- Information on the art of project management
- Information on clients
- Information on suppliers
- Information on prices
- Information on competitors
- Information on funding entities and financing opportunities
- Information on the entities supporting youth projects

3- Market study:

Small projects usually fail in marketing their products for one or more of the following reasons:

- Failing to study the market properly (feasibility study)
- Rising production costs due to high prices
- Low quality
- The volume of supply is greater than demand
- Failing to study the targeted segment in the project
- Lacking in administrative and scientific experience
- Lack of knowledge of consumer or client needs

the exchange of products within the marketing environment with the purpose of expanding the establishment and achieving profits.

Importance of marketing:

- Creating job opportunities and contributing to the elimination of unemployment
- Developing the proper commodity or product by satisfying the needs of clients in the market
- Raising the standard of living and promoting economic development
- Helping in rationalizing expenses of consumers by satisfying their needs and desires.
- Contributing to setting the proper investment policy to develop national economy

Marketing objectives:

- Maximizing profits
- Strengthening relationships between the entity (the company) and the clients
- Maximizing sales
- Raising consumer awareness about the product
- Maintaining and remaining in the competitive field
- Expansion and popularity
- Reaching a high standard of consumer or customer satisfaction

Main elements in small project management:

1- Organizational framework:

- Updating the main functions necessary for the small project
- Setting objectives and priorities of the project

The Art of Marketing in Small Projects

INTRODUCTION

I once thought that marketing is merely an advertisement in the newspaper or any other publicity media for a certain product or commodity. I used also to think that marketing is limited only to the sale of the product or the commodity. However, I found out that most people confuse selling with marketing and define marketing as part of the selling process. At long last I have discovered that marketing is a sophisticated process understandable only to the successful and persevering. It can also be one of the modern arts as it is mostly related to imagination and reality. In addition, marketing indicates the adaptation of the product, price, location and promotion, also known as marketing promotion. Marketing does not begin by providing the service or producing the product (the commodity) but rather begins by seeking out the appropriate client through conducting studies on the targeted market. Some people may find it surprising when their project comes a cropper while they see that another competitive project is thriving, although the difference between the two projects in quality and prices is too slim. Some people do not realize the meaning of marketing and its significance in our daily life and in the management of marketing activities.

Today's problems are no longer restricted to providing a service or producing a new product (commodity) in companies or factories, but the problem rather lies in how such company or factory is able to market its product or service and remain in the competitive market.

Marketing: An art based on recognizing a number of activities aimed at meeting and satisfying the needs and desires of people through

Dear Investor

Your opinion is our source of inspiration, so please do not hesitate to provide us with your comments and suggestion about the Department and its services, you are our advisor.

How to submit suggestion or complaints

- Call our hotline number **8007333**
- By Post via P.O. Box 10510 Ras Al Khaimah
- E-mail us on rakecon@emirated.net.ae
- Visit us in person and meet with the Department Officers (open door policy)
- Contact the Customer Service Unit or call the number **+9717 2271222** during the official working hours.
- Drop your suggestion / complaint in the complaints and suggestion box

Our Vision

Lead in initiative and performance to promote competitiveness and achieve comprehensive and sustainable economic development.

Our Mission

Support and organize business sector and provide integrated economic services to the satisfaction of our transactors and community through optimal utilization of financial and human capabilities.

Our Values

Respect : We take full care of our employees, transactors, partners and suppliers in mutual respect.

Compliance : We are governed by and comply with regulations and laws.

Initiative and Creativity : We encourage initiative and creativity in a systematic frame to enhance work and raise performance level.

Teamwork : We believe in teamwork and team spirit in the Department and with the relevant authorities.

Quality : We enhance our services to fulfill requests and needs of our transactors.

Continuous learning: We support continuous learning at individual and corporate levels.

Transparency : We believe in express and clear communication in spreading of information and procedures.

Social responsibility: We attend to our responsibility towards the community where we live.



The Art of Marketing in Small Projects

www.economic.rak.ae

2009

Designed by: Asma Al Kas

