

مزيج التسويق (Marketing Mix)

مزيج التسويق يعد الأفضل لك في حال كنت من أصحاب الشركات أو المنشآت الخاصة لذا فعليك أن تكون على دراية كاملة بمزيج التسويق وأنواعه وأدق التفاصيل الخاصة به، ففي عالم الأعمال، يعد المزيج التسويقي أحد أهم الأدوات لتحقيق النجاح، لذا فلنبدأ بالتعمق في كافة التفاصيل التي تهتمك فيما يخص مزيج التسويق، وإليك الآتي.

ما هو مزيج التسويق (Marketing Mix)؟

في البداية قد تعتقد أن الأمر معقد بعض الشيء لكون التسويق هو أساس نجاح أي من المؤسسات الناجحة، لذا فعليك التعرف على المزيج التسويقي الذي يكون علم في ذاته، وهو يتكون من عدة خطوات وأنواع تجعل العميل زبون دائم لك.

لذا فإنه عبارة عن مجموعة من التكتيكات والأساليب التي تستخدمها كبار الشركات في ترويج عن العلامات التجارية الخاصة بهم، وهذا يتضمن الكثير من العوامل المتعلقة بالمكان المناسب، والمنتج أيضاً، والفئة التي تستهدفها للشراء منك، أو التعامل معك، والمزيج التسويقي بإختصار يمكننا القول إنه مجموعة من الأدوات التي تجعل خطتك التسويقية ناجحة.

أنواع المزيج التسويقي

توجد التطورات التي يمر بها العالم خاصة في وجود التكنولوجيا والإنترنت، لذا فإن المزيج التسويقي يتم تطويره ويظهر له الكثير من الأنواع والأساليب المختلفة التي تمكن أي من النشاطات التجارية الوصول إلى أهدافها وعملائها، وإليك هذه الأنواع مع ذكر تفاصيلها.

- المزيج التسويقي 4Ps.
- المزيج التسويقي 7Ps.
- المزيج التسويقي 8Ps.
- المزيج التسويقي 4Cs.

كلّ من هذه الأنواع تحتوي على عناصر مختلفة لذا فيختلف الأسلوب حينها من نوع لآخر كما إن الرقم المتواجد أمام Ps فهو يرمز لعدد عناصر هذا النوع من أنواع مزيج التسويق.

أولاً: المزيج التسويقي 4Ps

يحتوي على أربعة عناصر وهم أساس نجاح الخطة التسويقية ووصول الخدمة أو المنتج للعميل الصحيح، وإليك العناصر بتفاصيلهم.

1- المنتج

يجب عليك تحديد المنتج المناسب للفئة المناسبة من حيث الجودة والتنوع كما إن لشكل المنتج النهائي عند الوصول عامل كبير وهذا يرتبط بالتغليف والتعبئة وغيرها من الأمور الخاصة بالمنتج، كما يجب أن يكون المنتج الخاص بك يناسب احتياجات الفئة التي تستهدفها.

2- السعر

السعر يكون من أهم العوامل التي تساعدك على تحديد الفئة التي تخاطبها من العملاء، حيث إن العملاء تختلف عن بعضها البعض في الكثير من الأمور والماديات، لذا فيجب عليك تحديد سعر نهائي للمنتج بعد جمع تكلفة الإنتاج وتكلفة التسويق أيضاً، ويجب أن يكون السعر متناسب مع الفئة التي تحتاج إلى هذا المنتج حتى تحقق النجاح.

3- المكان

اختيارك للمكان يختلف حسب طبيعة السوق الذي ستقوم بعرض المنتجات به، فيمكن أن يكون موقع افتراضي على الإنترنت كالمواقع الإلكترونية، أو المتاجر وغيرها، أو يكون موقع على أرض الواقع مثل الشركات والمتاجر وغيرها من المنشآت التي تجعل العميل يذهب لها.

4- الترويج

اختلف الترويج في وجود الانترنت اختلاف كبير فأصبح من السهل عمل الترويج على أي من المواقع الإلكترونية التي يمكنك من استهداف الفئة المناسبة للتوزيع المنتجات، وهذا الذي يكون عليه الاعتماد الأكبر في خطة التسويق، فهو يعمل على زيادة المبيعات، والأرباح واعتماد العلامة التجارية الخاصة بك.

ثانياً: المزيج التسويقي 7Ps

هذا النوع يهتم بتفاصيل أكثر مما سبق ذكره، فهو يهتم بالخطط الاستراتيجية لجعل مزيج التسويق أقوى في إظهار النتائج، وهذه الاستراتيجيات تعمل على اقناع العميل بشراء المنتج الخاص بك، وإليك تفاصيل هذا المزيج.

1- المنتج

ينقسم المنتج إلى نوعان إما منتج مادي تقدمه، أو خدمة تقدمها المنشأة الخاصة بك، وفي هذه الحالة حتى يكون المزيج التسويقي الخاص بك صحيح يجب أن تكون هذا المنتج مميز وجذاب للعميل سواء في الجودة أو الشكل.

2- السعر

هو المبلغ المالي النهائي الذي يقوم العميل بدفعة مقابل المنتج الذي تقدمه له.

3- المكان

هذا العنصر يهتم بدراسة المكان المناسب الذي تعرض به منتجاتك إن كان إلكتروني أو واقعي، وهذا يكون الجزء الرئيسي من المزيج التسويقي، حيث إنه لا يستطيع العميل رؤية المنتجات الخاصة بك أو يكون غير مناسب له.

4- الترويج

يختص هذا العنصر بإيصال المنتج لمن يحتاجه بالفعل لذا فعلى صاحب المنشأة الاهتمام بهذا العنصر الرئيسي أيضًا من عناصر المزيج التسويقي فهو يساعد على نقل الأرباح من الأقل إلى الأكثر في الوقت القليل.

5- الأشخاص

لكي تنجح أي من المنشآت لابد من أن يكون العاملين بها هم السبب في ذلك النجاح، فإذا كان العامل يتمتع باللباقة في الحديث والسلاسة في التعامل والقدرة على إقناع العميل فهذا يجع المنشأة أكثر نجاحًا، وأيضًا لجعل العميل مميز يجب توفير خدمة العملاء.

6- العمليات

يجب أن يتميز هذا العنصر بالسلاسة حتى تستطيع التعرف على مدى نجاح المنشأة الخاصة بك، وهو باختصار يكون عبارة عن عدد المرات التي قمت فيها ببيع المنتج الخاص بك كما إنها أيضًا تشمل خدمة العملاء، والتي تعطي العميل الكثير من الراحة في التعامل مع منشأتك.

7- الدليل المادي

وهذا الذي يجعل العميل مطمئن في التعامل معك، وهو عادةً يظهر في الشركات التي تمثل الخدمات مثل: البنوك، المستشفيات، الفنادق.

ثالثًا: المزيج التسويقي 8Ps

أفضل ما يكون عند استخدامك هذا النوع من المزيج التسويقي هو إنه يتميز بالعناصر التي تكمل بعضها البعض حتى تستطيع تحقيق النجاح الشامل عن طريقه، وبه عنصر إضافي وهو أداة

التعرف على أداء المنتجات التي تقدمها للعميل، وتحليل مدى تفاعل العملاء مع هذا المنتج وأراءهم حوله.

لذا فمن الأفضل أن تقوم باستخدام هذا النوع من مزيج التسويق فهو يمكنك من دراسة مؤشرات الأهداف التي ترغب في الوصول إليها، أيضاً يوفر لك معرفة هل حققت هدفك في مدة قياسية أم لا حتى تستطيع أن تتقدم في عملك ومراقبته بالشكل الجيد، وإليك عناصر هذا المزيج التسويقي.

- كافة العناصر مثل ما سبق ذكره في الأنواع السابقة من أنواع المزيج التسويقي، وإضافة على ذلك العنصر رقم 8 وإليك تفاصيله.

العنصر الثامن: الأداء

هذا هو الذي يساعدك على قياس قدرة المنتجات الخاصة بك على المنافسة في السوق، وهذا يحدث عن طريق التعرف على التحليلات الخاصة بمدى فاعلية الخدمة أو المنتج ومدى إرضاء العملاء.

أهمية المزيج التسويقي 8Ps

تكمن أهميته في العديد من النقاط التي تتمثل في الآتي:

1- يعمل على مساعدتك في مراعاة العملاء المستهدفة لمنتجاتك أو خدماتك في السوق، كما إنها الوسيلة الأمثل للتواصل مع العملاء، وهذا ما يجعلك تتميز وتظهر بين المنافسين لذا يجب عليك تلبية احتياجات العملاء وليس فقط الرد على أسئلتهم.

2- الأهمية من هذا النوع من المزيج هو وجود الـ 8 عناصر يعملون مع بعضهم البعض بالشكل المتكافئ لذا تحصل على أفضل ترويج على مدى واسع من النطاق الذي قمت باستهدافه، لذا فلا يمكن أن تستغني عن أحد العناصر حتى تحصل على أكثر نجاح.

3- تحصل على الاستفادة الكاملة من المزيج التسويقي في أي من الأنشطة التجارية المختلفة فهو يؤثر في جميع الخدمات أو المنتجات ولكن بأشكاله المختلفة لذا فلا غنى عنه لنجاح مؤسستك.

رابعاً: المزيج التسويقي الحديث 4Cs

في ظل التطور الملحوظ الذي نتعايش معه في جميع الأزمنة والانتقال إلى عالم التكنولوجيا فإن أيضاً الأساليب التسويقية تم تطويرها في عام 1990م على يد روبرت لوتربون وكان تركيزه في هذا على الاهتمام بالمستهلك.

بدأت الكثير من الشركات الناشئة حديثاً في الاعتماد على آراء العملاء في منتجاتها وتقديم ما يرضي العميل لذا فإنها تحقق النجاح، حيث إنها تتعرف على الشكل الذي يناسب العملاء في تقديم المنتج الذي تقدمه كما أن هذا المزيج التسويقي مختلف عن ما سبق ذكره وإليك تفاصيله.

1- المستهلك

يكون هو أهم عنصر وعامل يساهم في نجاح أي من النشاطات التجارية، ويمكنك تحقيقه من جعل العملاء يشعرون بالحرية والراحة في اختيارهم للمنتج الخاص بك، كما إن هذا يتحقق بتوفير الاحتياجات الخاصة بهم، وهذا الأمر يخص شركة التسويق في اختيار الفئة المستهدفة بشكل صحيح.

2- التكلفة

إن لم تكن أسعارك تناسب الفئة التي تقوم باستهدافها فهذا يجعلك تخسر الكثير، لذا فعليك حساب التكلفة التي يتطلبها المنتج من صناعة أو شرائه حتى وصوله إلى العميل في يده، ويشترط تناسب السعر مع الفئة التي تستهدفها.

3- الحصول على المنتج

ترغب في نجاح المنشأة فعليك أن توفر الكثير من طرق المختلفة التي تناسب جميع العملاء في الفئة التي قمت باستهدافها، فهذا يجعل العميل حر ويستطيع اختيار الوسيلة المناسبة له والأكثر راحة.

4- التواصل

هذا يكون من أهم العناصر حيث أن عرض المنتج على العميل في حد ذاته يكون تواصل مع العميل، كما أن التواصل مع العملاء لا يكون فقط في البيع ولكن في حل المشكلات التي تواجه العميل في أي من الأوقات بعد شراء المنتج.

الفرق بين المزيج التسويقي والمزيج الترويجي

الكثير من الأشخاص أو الشركات لا تعرف الاختلاف بين المزيج التسويقي والمزيج الترويجي، وهناك فرق بينهم لذا فعليك الاطلاع على تفاصيلهم فيما هو آتي:

أولاً: المزيج الترويجي

يتضمن عدة عناصر أيضاً مثل المزيج التسويقي كما إنه يتضمن العمليات الخاصة بالبيع والترويج لمنتجاتك أو خدماتك بمختلف الأشكال، وإليك تفاصيل المزيج الترويجي باختصار.

- **الإعلان:** هو الذي يمثل الدور الرئيسي في المزيج الترويجي الذي بدونه لا يوجد ترويج لمنتجك الخاص.
- **البيع الشخصي:** هذا يتمثل في وصول المندوبين بالشكل المباشر مع العملاء في عمليات البيع الخاصة بالمنشأة.
- **تنشيط المبيعات:** يمكنك تنشيط المبيعات حتى تحصل على النجاح الأكبر عن طريق تطوير خدماتك وجعل وصولها أسهل للعميل، كما تكون العروض والهدايا من أفضل أساليب تنشيط البيع.
- **العلاقات العامة:** لا بد عليك من جعل العلاقات بين العملاء والمنشأة علاقة وطيدة حيث إن توطيد العلاقات يجعل العميل أكثر تعاملًا مع منتجاتك وخدماتك.
- **النشر:** يهتم بشرح المنتج بالشكل المفصل للعميل وكيفية التعامل معه حتى يقتنع العميل بالمنتج وشرائه بدون التفكير أو التردد.

ثانيًا: المزيج التسويقي

المزيج التسويقي يكون أعم من المزيج الترويجي حيث إنه يعتمد على الأدوات والأساليب التي تجعله قادر على القيام بالمزيج الترويجي بالشكل الصحيح ومن خلالها يتم ترويج المنتج أو الخدمة الخاصة بك، وكما شرحنا العناصر الخاصة به من قبل وهو بدأ من أربعة عناصر أساسية.

مزيج التسويق يكون من الأساسيات التي يجب عليك الاعتماد عليها حتى تستطيع تحقيق النجاح بالمنشأة التي تريدها أن تنطلق على طريق النجاح، وقد تعرفنا على جميع التفاصيل الخاصة بالمزيج التسويقي وأنواعه مما سبق ذكره،.. إذا فيجب عليك ألا تتخلى عن المزيج التسويقي في عملك.