



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

19 - 23 مايو 2024
عمان (الأردن)



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660_100309 تاريخ الإنعقاد: 19 - 23 مايو 2024 دولة الإنعقاد: عمان (الأردن) التكلفة: 2900 اليورو

المقدمة:

تظهر أهمية إدارة المنتج على اعتبار أن نجاح المنتج في السوق يعطي دليلاً على نجاح الاستراتيجية التسويقية في قدرتها على الوصول إلى المشترين، وأن المنتج حظى باهتمام وقبول السوق وتحقيق التفوق على المنافسين.

زادت أهمية استراتيجية المنتج لثرتها الواضحة على الاستراتيجيات الأخرى للمزيج التسويقي، باعتبار أن جوهر العملية التسويقية ينصب نحو إيصال سلعة، خدمة، فكرة من المنتجين إلى المستهلكين. لولا وجود سلعة، خدمة، فكرة لما أصبحت هناك حاجة لعملية التبادل التسويقي وجود علاقة بين طرفي العملية التسويقية.

الفئة المستهدفة: موظفي إدارة تطوير المنتجات

اهداف الدورة

استيعاب المشاركين ما يلي:

- المعنى في مفهوم المنتج وتعريفه.
- منزلة المنتج دور التسويق في استراتيجية المنتج.
- المنتج الجديد والخطوات المتعاقبة في تطويره.
- دورة حياة المنتج والاستراتيجيات المعمدة في كل مرحلة من مراحل حياته.
- التخطيط لعملية تبني المنتج ونماذج المستهلكين المتعاملين مع المنتج الجديد.

محتوى الدورة:

- تعريف المنتج
- مفهوم المنتج
- منزلة المنتج
- استراتيجية المنتج
- المنتج الجديد
- تطوير المنتج

دورة حياة المنتج:

- مرحلة إطلاق المنتج
- مرحلة نمو المنتج
- مرحلة استقرار المنتج
- مرحلة انتهاء المنتج

التخطيط لعملية تبني المنتج:

- نماذج المستهلكين المتعاملين مع المنتج الجديد.
- التوزيع الجغرافي للعملاء المستهدفين
- من هم هم العملاء الحاليين و من هم المستهدفون ؟

المفهوم الحديث للتسويق:

- مفهوم التسويق
- الفرق بين التسويق والبيع
- تطور مفهوم التسويق
- مبادئ التسويق الحديث
- المزيج التسويقي
- مكونات المزيج التسويقي

مفاهيم التسويق الأساسية:

- الحاجات
- الرغبات
- الطلبات
- المنتجات
- التبادل

أساليب تطوير السياسات البيعية و إستراتيجيات التسويق:

- استراتيجية تجزئة السوق
- استراتيجية البرنامج التسويقي
- استراتيجية تحديد المنتجات
- استراتيجية التسعير
- استراتيجية الإعلان و الترويج
- استراتيجية التوزيع
- الإستراتيجية التنافسية

مهارات التخطيط التسويقي الفعال:

- أنواع الخطط التسويقية
- خطوات إعداد الميزانية التسويقية و موازنة المبيعات
- أساليب إعداد برنامج البيع
- أساليب وأدوات الرقابة على تنفيذ خطط التسويق و البيع و متابعتها



نحوذح تسجيل :
استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660 تاريخ الإنعقاد: 19 - 23 مايو 2024 دولة الإنعقاد: عمان (الأردن) التكلفة: 2900 اليورو

معلومات الوشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

المسمي الوظيفي:
الهاتف / الجوال:
البريد الإلكتروني الشخصي:
البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:
العنوان:
المدينة / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

المسمي الوظيفي:
الهاتف / الجوال:
البريد الإلكتروني الشخصي:
البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي