



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

27 ابريل - 20 مايو 2025
أونلاين



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660_104571 تاريخ الإنعقاد: 27 ابريل - 20 مايو 2025 دولة الإنعقاد: أونلاين التكلفة: 1500 اليورو

المقدمة:

تظهر أهمية إدارة المنتج على اعتبار أن نجاح المنتج في السوق يعطي وُشراً دقيقاً لنجاح الاستراتيجية التسويقية في قدرتها للوصول إلى المشتري، و أن المنتج حظي باهتمام وقبول السوق وتحقيق التفوق على المنافسين. ازدادت أهمية استراتيجية المنتج لثرتها الواضح 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 لها أصبحت هناك حاجة لعملية التبادل التسويقي ووجود علاقة بين طرفي العملية التسويقية.

الفئة المستهدفة: موظفي إدارة تطوير المنتجات

اهداف الدورة

استيعاب المشاركين ما يلي:

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

محتوى الدورة:

- تعريف المنتج
- مفهوم المنتج
- مزيج 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 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:

- إستراتيجية تجزئة السوق
- إستراتيجية البرنامج التسويقي
- إستراتيجية تخطيط المنتجات
- إستراتيجية التسعير
- إستراتيجية الإعلان و الترويج
- إستراتيجية التوزيع
- الإستراتيجية التنافسية

مهارات التخطيط التسويقي الفعال:

- أنواع الخطط التسويقية
- خطوات إعداد الموازنة التسويقية وموازنة المبيعات
- أساليب إعداد برامج البيع
- أساليب وأدوات الرقابة علي تنفيذ خطط التسويق والبيع ومتابعتها

نهجودخ تسجبل :

استراتلبلبله تلخللبل وتطوبر الهنتبلل الهاللبل والبلبلبله

رمز الهورة: 660 تاربلل الإنعلقل: 27 أبربل - 20 هابلو 2025 هولة الإنعلقل: أونلابلن التكلفه: 1500 الابلرو

معلولهل الهشارك

النسر الكاهل (السبلد / السبلله):

.....

..... الهسمل الوظبلفل:

..... الهائلل / الهوال:

..... البربلل الإلكتروني الشلخلبل:

..... البربلل الإلكتروني الرسلبل:

معلولهل ههه العهل

..... اسم الشركه:

..... العنوال:

..... الهبلله / الهولة:

معلولهل الشلخل الهسؤول عن ترشلل الهوظفلل

النسر الكاهل (السبلد / السبلله):

.....

..... الهسمل الوظبلفل:

..... الهائلل / الهوال:

..... البربلل الإلكتروني الشلخلبل:

..... البربلل الإلكتروني الرسلبل:

طرق الهلقل

الرجاء إرسال الفائلوره لل

الرجاء إرسال الفائلوره لشركتل