



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

2025 31 يناير - 27
أهستردام (هولندا)



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660_95150 تاريخ الإنعقاد: 27 - 31 يناير 2025 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) التكلفة: 4900 اليورو

المقدمة:

تظهر أهمية إدارة المنتج على اعتبار أن نجاح المنتج في السوق يعطي وئشراً دقيقاً لنجاح الاستراتيجية التسويقية في قدرتها للوصول إلى المشتريين، و أن المنتج حظي باهتمام وقبول السوق وتحقيق التفوق على المنافسين. ازدادت أهمية استراتيجية المنتج لئثرها 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 تسجيل :

استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660 تاريخ الإنعقاد: 27 - 31 يناير 2025 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) التكلفة: 4900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

.....

الهاتف / الجوال:

.....

البريد الإلكتروني الشخصي:

.....

البريد الإلكتروني الرسمي:

.....

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

.....

العنوان:

.....

البلد / المدينة:

.....

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

.....

الهاتف / الجوال:

.....

البريد الإلكتروني الشخصي:

.....

البريد الإلكتروني الرسمي:

.....

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي