



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

2024 يوليو 12 - 08
مدريد (اسبانيا)



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660_96844 تاريخ الإنعقاد: 08 - 12 يوليو 2024 دولة الإنعقاد: مدريد (إسبانيا) التكلفة: 4900 اليورو

المقدمة:

تظهر أهمية إدارة المنتج على اعتبار أن نجاح المنتج في السوق يعطي وُشراً دقيقاً لنجاح الاستراتيجية التسويقية في قدرتها للوصول إلى المشتريين، 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 لعلمية 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 لعلمية 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 لعلمية 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 :

استراتلبلبة تخطبلب وتطوبر الهنتبات الالبلة والبلدبلبة

رمز الالورة: 660 تاريخ الالنعقاد: 08 - 12 بلوبلو 2024 الالورة الالنعقاد: الالورة (اسبلانبا) الالورة: 4900 الالورة

معلولبات الهشارك

الاسم الكامل (السبلد / السبلبة):

.....

الهاسمى الوظبلبل:

الهاتف / الالوال:

البربل الاللكترونى الشأصل:

البربل الاللكترونى الراسمى:

معلولبات الالة العول

اسم الشركة:

العنوان:

الالبلبة / الالورة:

معلولبات الشأصل الهاسؤل عن ترشبلح المولظبلن

الاسم الكامل (السبلد / السبلبة):

.....

الهاسمى الوظبلبل:

الهاتف / الالوال:

البربل الاللكترونى الشأصل:

البربل الاللكترونى الراسمى:

طرق الالفة

الالال إرسال الفالورة لى

الالال إرسال الفالورة لشركبى