MKET130
Lecture Notes Ch2

Nadine S Taleeb

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

Lib www.bzu-lib.com

15/June

Chapter 2
Company and Marketing Strategy.

* **Strategic planning** : The process of Developing and maintaining a strategic fit between the organization goals & capabilities and it's Changing Marketing.

* التخطيط الاستراتيجي هو عملية التطوير والحفاظ على تناسب استراتيجي بين اهداف ومنظمة وقدراتها وفرص التسويقية

* **Steps in strategic planning** :-
Defining a Market-oriented mission

① Mission statement

→ The organizations purposes, what it want to accomplish in the longer environment.

* Market oriented mission statment: موجهة في السوق
Defines the business in term of satisfaction Basic customer Needs.

① ← تحكمه اخذ بعين الاعتبار تاريخ والتكنولوجيا المتغيرة ولكنه اذا عملية مصاغة باحتياجات السوق / فاحتياجات السوق واقعية وقوية

Mission Statment Should be meaningful, Specific, motivating
Not include making Sales

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

* مهمة:

product oriented **or** Market oriented mission statment.

أقل lower < Better

لأنه عكس بيتم تقسيمه — اما منه بيح تفضل دائمة

(*) Strategic Business Unit (SBU)

وحدة أعمال استراتيجية

is a unit of the company that has a separate mission & objectives that can be planned separately from other company Business.

- company division تقسيم الشركة
- product-line with division خطوط منتاج والتقسيم
- Single product or Brand منتج واحد وعلامة تجارية

* The business portfolio محفظة الأعمال
is the collection of business & product that makeup company.

* Analyzing the current business portfolio
تحليل محفظة الأعمال الحالية

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

Boston
(BCG)

* Growth - Short matrix :-
(BCG) Boston Consulting group

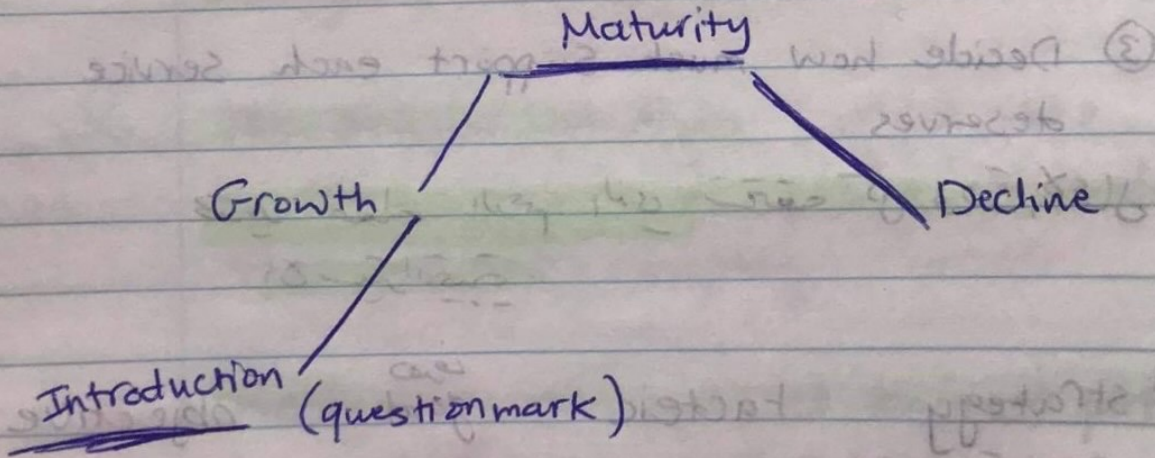
① Stars : are high growth Rate buisness or product, they often need heavy investment.

- High market Rate
- High Relative Market Share.

* Market → انو عندي بدفع او مخبر عالمنتج وكم عدد يحب عشان أجذب الزبون.

* Relative → عندي قوي في السوق كل ما كان المنتج جديد في السوق كل ما كان عنا low in Relative الحصة السوقية ضعيفة واذا أكبر من 1 يعني High

Product life cycle (PLC)



STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

→ is the process by which managment evalutes the product and buisness making up the company

العملية التي تقوم من خلالها بتقييم اختيارات وأعمال التي تشكل الشركة.

* Steps in Analyzing the current Buisness portfolio :-

خطوات تحليل محفظة الأعمال الحالية :-

① Identifying key buisness making the company.

تحديد الأعمال الرئيسية التي تشكل الشركة.

② Assess the attractiveness of it's strategic buisness unit.

جاذبية وحدة الأعمال الاستراتيجية الخاصة.

③ Decide how much support each service deserves.

تحديد مقدار الدعم الذي تستحقه كل وحدة الأعمال الاستراتيجية.

النهج strategy	tacteic	هدف goal	objective
goals كبير long	وصول لـ obj Short	long term أكثر من سنة	goal لـ تتم short time أقل من سنة

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

② Question Mark :-

Market growth ↑

Relative Market ↓

مثال :

زي لما ينزل الفيديو عالسوق بكون جاذبية الناس إله كتيرة بس ما حدا بشتريه لأنه لسه بدري بتحول لـ Star .

③ Cash cow :-

Market growth ↓

Relative Market ↑

بكون حدي قوة في السوق ما بدفع عليه كتير بس بيجيب منه ربح كتير.

④ Dog :-

Market growth ↓

Relative Market ↓

هاي بتكون منتجاتي وانا بالسوق عشان مرغوبة أو صنعاه محكمة بالعربي بتقل

Introduction / Question Mark منتج جديد ← بتكبر

growth / Stars منتج جديد وصار له قوة في السوق

Maturity / Cash cow منتج محبوب عند الكل

Decline / Dog منتج قديم والناس ما بحبوه

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

* for strategy on the company :
(for portfolio) 4

Introduction

- invest more build share. cash
- invest just enough to hold share.
- Milk short - term each flow by harvesting.
- sell it out by diveting share.

Star / cash cow

Cash cow

Dog

Bad question mark

Follow these steps :-

* Corporate level

① Defining company mission.
② setting company goal & obj
③ Designing business portfolio.
↳ ④ Planning Marketing

limitation

* Problems with matrix Approachs :-

① may be difficult, time, cost to implement.
② Approachs focus on classifying classic Business but provide little advice for future planning.
③ formal matrix method are often dropped in favour of more customized approaches that better suit specific situations.

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

* weaknesses \ limitations \ problems :-

سلبي : ① صعب / وقت كبير / مكلف

② لم يعطيني اي معلومات عن المنتجات اللي لازم اشتري باكتقل.

③ يوصف معايير جديدة و تتبع تفكير تحليل باخوافت بعينة و خاصة.

* Developing Strategy for growth or Downsizing

توسع — تصغير

growth :-

① compete more effective فاعلية

② satisfy their stakeholders أعبر، أرضي مالكين المشروع

③ Attract top talent [profitable growth]

* Product / Market Expansion grid — كيفية التوسع

→ portfolio planning tool for identifying company growth opportunities.

يساعد على :

① منتج نوع جديد / منتج جديد.

② تطوير المنتج نفسه.

① OR اضافة Panetration — افعل دعايات أكثر — increase sales

↳ existing market, existing Product — نفس

② Product Development :

New Product → total new جديد كلياً, modified معدل عليه زادة ميزة, improved مطور صفة كمية جديدة حسنت الميزة

Existing Market.

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

③ Market development :-

فرع جديد / نفس المنتج

Existing product , New Market.

④ Diversification :-

New product منتج جديد

New market سوق جديد

خطيرة و تكلفة *

* New product

- innovative Product.
- improvement
- modification

* New Market :-

- New Market segment تقسيم جديد
- New geographic location منطقة جديدة

* Downsizing is when a company must prune harvest or divest bwisness that are unportfolio that fit the strategy.

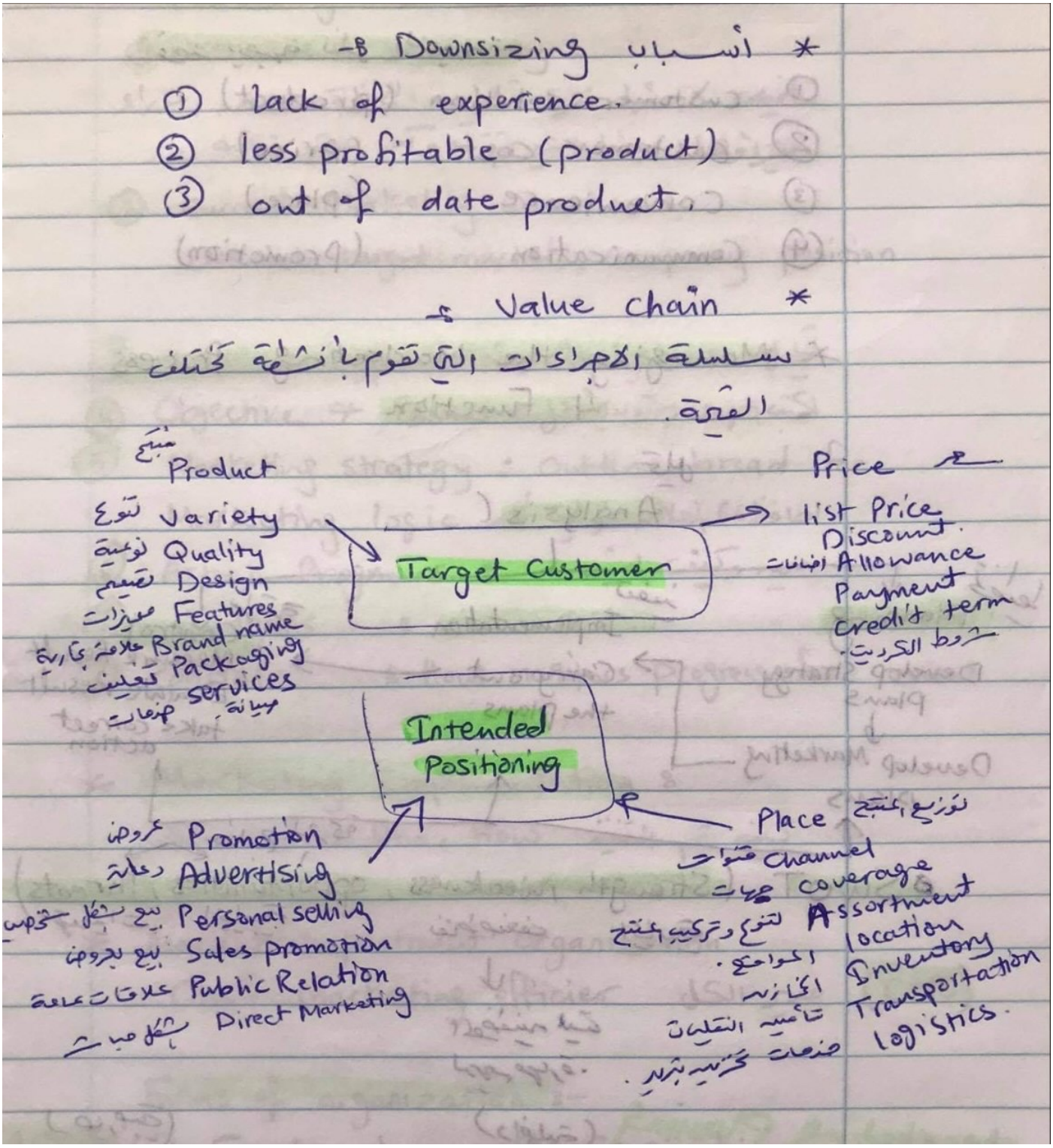
STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

* أسباب Downsizing -8

1. Lack of experience.
2. less profitable (product)
3. out of date product.

* Value chain :

سلسلة الإجراءات التي تقوم بها شركة مختلفة لخلق قيمة.



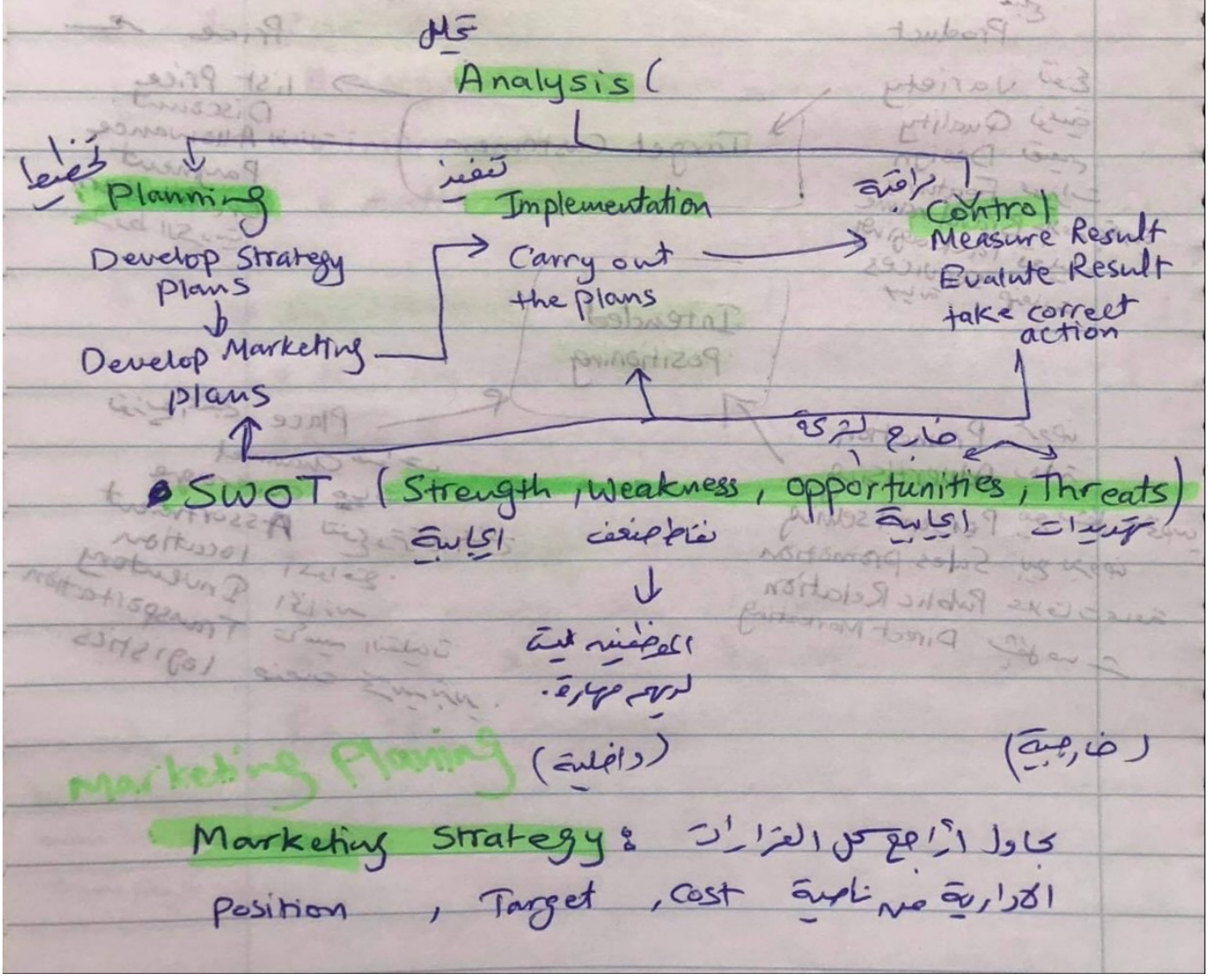
STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

أوجه بوجهة نظر الزبون :-

1. Customer solution (product)
2. Customer cost (price)
3. Convenience (place)
4. Communication (promotion)

* Managing the Marketing Process

4 Function



Marketing Planning

Marketing Strategy : يحاول الاستفادة من الفرص

Position , Target , Cost

STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

خطة تسويقية

* Marketing Plan Content :-

① Executive Summary :
تلخيص / أول مقرة تلخيص للخطة عشان المدراء
المدراء أولها / أول اشي بتقرأه وآخر اشي بتكتبه.

② Current Marketing situation :
Describle target market, Company position

③ Threats & Oppurtunities Analysis : تحليل
④ Objective & Issues : اكتب الهدف بشوبدي أعمل
⑤ Marketing strategy : Outline broad for Marketing logic احافظ على العلاقة طويلة الأمد
⑥ Action Programs : مين وكيف وليش
⑦ Budgets : cost.
⑧ control : How monitors progress for review مراقبة

* Marketing Implementation :
when, where, Who, How كيف يتم التنفيذ

* Market Department Organization
Cheif Marketing officier مدير الكل (CMO)

Forms of organization :-
Activity ① Functional ② Geographic → شمال وجنوب
③ Product Managment كل مدير حسب المنتج
④ Market of Customer Managment اوصف الزبون
لسبوك الأفراد او بزنس

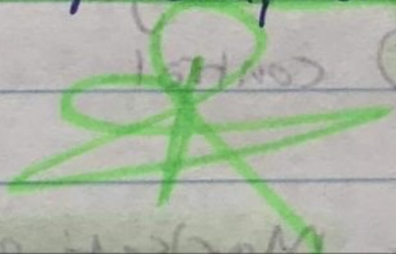
STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous

* Marketing control :-

1. set specific Marketing goal.
2. Measure performance marketplace.
3. Evaluate causes (expected, Actual)
4. Take corrective Action.

- operating control (Performance)
- Strategic control (strategy).

The end of chapter 2



STUDENTS-HUB.com Uploaded By: anonymous