

MKET130
Lecture Notes Ch1

Nadine S Taleeb

Principles of Marketing

Chapter One

Creating customer value & Engagement.

* لأن الرقص للتسلية هو Philip Kotler

✶ اساس الشريعة هو الزبوة معهم المؤمن

رضا الزبدى هو الاهم.

* Marketing : فهم الزبده ستو بدو حانه
امتنوع لازم اعرف اوصية المنتج

* Homework : كَيْفَ، لِمَا، أَيْسَرُ لِلْعَمَلِ ~ كَيْفَ طَرِيقَ
رَبَّنَا عَلَيْنَا لَدُنكَ حِثَابٌ صَدَقَ كَوْنُنَا

* Customer : مشتری / مشتری

* Consumer : زبون / مشتری و سبعل

* Market place : سوق

* Target Market : السوق / قطاع الزبائن

* كل الشركات الناجمة لديها شركة واحدة مشتركة

Customer Focus الشيفرة الزبنة

الجمعية الزيدية وملتزميها تعمل مكثف بالعملية التوسيعية.

لازم اعداد فئة الزبائن المزارعين لها passion

Build lasting

Marketing : engaging customers and managing profitable customer Relationship

* الربح المربح من الربح التي تغطي مصاريف الربح المربح من الربح المربح

ال Marketing موجودة حياتنا بشكل متقنة

Marketing : The process by which companies engage customer, Build strong customer Relationship & create customer value.

Marketing Process * لقيم اعل Customer value

① Understand the marketplace and customer needs & want.

Design Customer Value ② Driven Market strategy.

③ Construct integrated program that delivers Superior value.

④ Build profitable Relationship & create customer delight.

⑤ Capture value from customers to create profit & customer equity.

الربح D الربح - needs / الربح - wants - Demand - اشتري

② الخطوة الثانية : استراتيجية توزيع / ترويجية
 خطوات عملية الأقدم للوصول للهدف الترويجي تسمى
 يمكنه هناك - الاسم كيف الترويج به ياعني عنانه أهمية

③ الخطوة الثالثة : بناء برنامج ترويجي / متكامل
 أطلق قيمة للترويج به زيارة منه انعاميسته ب four Prices
 Product منتج أو فكرة / Price / Brands
 Place / Promotion.

④ الخطوة الرابعة : الحفاظ على علاقتي مع الترويج
 وصوله منه يكون

⑤ الخطوة الخامسة : ردة فعل الترويج
 بدني اوجد منه الترويج Value منه دايعاً قصاري
 رطل معي / يرجع لتعامل معي / يمكن للناس منه الشركة تاعني

Marketing : Creating value for customer
 Capture value from customer.

الخطوة السادسة : Needs : states of deprivation : الحاجة
 Wants : from that needs : الرغبة
 Demand : تلبية : الطلب
 الرغبة

* Market offerings :
 الأفكار - المعلومات - التجارب - إعطاء شعور رغبة الزبون
 كل شيء يباع - أماكن - منتجات - أفكار - عملية
 خدمات - خدمات توصيل - بحوث (معلومات) أو خدمة

Marketing myopia : يتركز فقط على المنتج
 يتفقد عظمه موانع يراها المنتج
 losing sight : تفقد البصيرة
 هو عبارة عن خلقة الخمن المستويين

* Customer value & satisfaction

customers

Value & satisfaction

إذا أعطيت الزبون دايماً
 Value عالية ومرة واحدة
 أعطيه أقل بعد طلب
 أكثر دفع يتوقعه
 الزبون
 أو عا لناس باللي بقت
 عليه وكل فئة
 أعطيه زيادة مستوى
 (للمنفعة)
 مناعة عارلة

Marketers

Set the right level of expectation

عشان يكون هناك ليندم التوقعات
 لازم أحم مستوى معينه من توقعات
 الزبون وما يفضل لطلب مستوى أعلى
 طلب قدرتي

* Exchange & Relationship

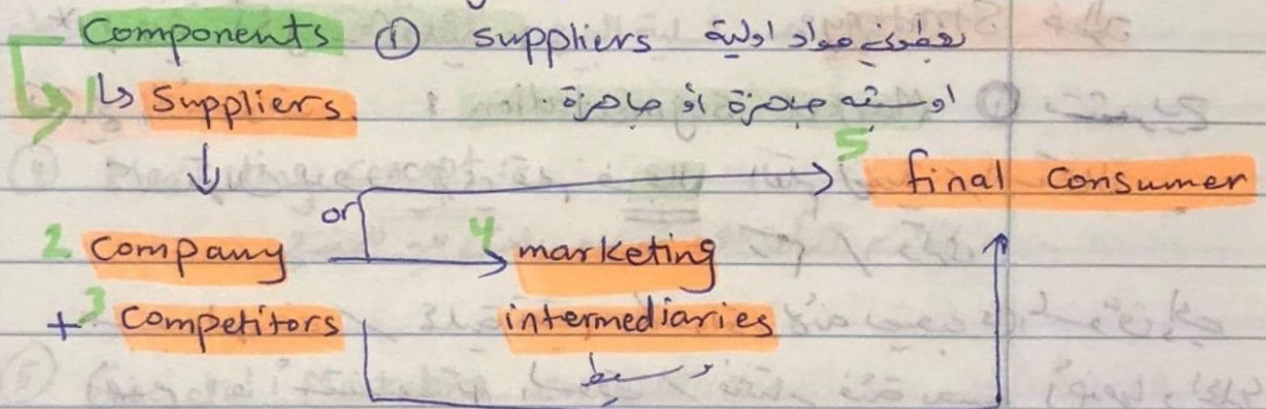
Exchange: عملية تبادل بين البائع والمشتري
 ربط قطع أو أجزاء مقابل منتج من exchange
 بالأشياء أو الخدمات



Exchange Relationships

Markets place / Customer Needs

Modern Marketing system :-



Major environmental forces

في التسويقية يتبعوا الطريقة حسب اذا كانت اذاعة
 تارة على انها تتواصل مع جميع الزبائن ونفهم توبلهم
 فالأمر ال Final consumer أما اذا لا
 فالأمر ال الوسط intermediaries

Quiz #1 → Chapter 1 google form.

* خطوة رقم
(2)
Market process

Designing a Customer Value - Driven Marketing Strategy.

Marketing Management: Art + Science
علم وفن

علم : عبارة عن كتب ودراصة في الجامعة وله نظرياته
فنه : لأنه كل حالة من حالات التسويق كالمزج يكون فيه
Creative

① Choosing target market

② Build profitable Relationship

* بردي اعل - افلية - Strategy: خطوات

تسريح، الأسواق : Market Segmentation ①

تتملك بدو شتري قلم في بجلا القلم لدية / استحلال
رسم / ذكري

حسب الهدف / عملية تقسيم الأسواق لأنه يصعب على السوق والى
أهمهم او أستفيد من كل السوق / فبالتا فئة معينة أهمها والى
شئ معين ما يكون زي غيري / عتبه يكون عندي Marketing
لازم اتقيد عن غيري

② Target Marketing & segmentation

شريحة السوق حسب الخصائص أو العمر / حسب المكان
فبالتا Target معين

* Choosing value proposition

ما اضاار الفئة الهدف بي اخطيه استي غير من موجود عند
غيري / مجموعة من Benefit موجودة في المنتج الذي
بي اخطيه للفئة و من موجود عند غيري

Needs

توجهات Marketing Management Orientation :-

عنه كل الخيارات التسويقية عقلية واحدة.

يوجد 6 توجهات للـ Marketing

① Production concept :-

الخيار التسويقي يكون عقلية فقط الإنتاج ويعطى للعميل

② Product concept :-

التركيز على المنتج نفسه /
features + quality /
مميزات نوعية

③ Selling concept :-

استراتيجية عملية البيع وليس ربحية أكثر كمنه استراتيجية

④ Marketing concept :-

التركيز على العميل عند التسويق للمنتج

⑤ Societal Marketing concept :-

التركيز على الناس والمجتمع

⑥ Interaction concept :-

التركيز على العملية التبادلية (العميل والمورد)

* ظهر مع صرافية Social media

الشيء →

Oreintations

شبع بالتفصيل

1] Production Concept - نوع اداري
Consumer will favor products

- Available متوفر و بسهولة
- Highly Affordable سهل ميسر

Example 8 Need / منتج اساسي / الحيز

* اذا + تقدم هذه النوعية منتج على / لا / ما يتربط الكل الحيز
بوقع ب (مساءلة زبائن) + Marketing myopia

زيت قذافي : صناعة ي ان بلاستيك بأرض عمرها منتج
ويكون م ابيع ب 5 ب 1 استري فاكتة ونلايه بعر منتج ورول
ابلاستيك الكبيد (دوفر) واضع ال 7 ب 5 لهم مقافه
ركزت على الانتاج من على جودة المنتج عنا صيك وقته
Marketing myopia Affordable و Available
ب مركزت على need لانه جودتها قليلة (quality)

الكل

① اثر ب ال quality
② اعيد ال orientation

2] Product Concept - أكثر على المنتج
Consumer favor product -
اداري على performance most quality نوعية عالية
ميزات غير موصوفة features عند عزرك

2

Product Improvement

Marketing myopia

المنتج مع ذلك من خلال

مثلاً: الـ دربل في راحة

يتم به بلو بدو يعلو / وظيفة

الخطأ: يركز على المنتج وينسى حاجة الزبون / ينسى الزبون

مثلاً: ²⁷ (LG) البلاصة الجراد / سواروفسكي الحماسن

استندتها، الامارات والخليج - رنزوي، رانوية واخيرات

والاداء العالي / لا عرضوها على العبد (الصفحة) عرضها

على فئة غلط ف وقعوا بـ Marketing myopia

3

Selling Concept

* الناس ما راح تشتري إلا اذا عطيت عرض

مثال: 4 على ما يويند - اكيه عليهم عرض

مع عرض اشدي كميات كبيرة Large scale

اذا كان في عرض promotion على من اقله من لياقة

* الهدف به اتبع / الذي به اتبع كميات كبيرة

في متجان Brands ما يتقل تكون في Selling list

زي Gucci / فته كل Brands بربط اتقل على عرض

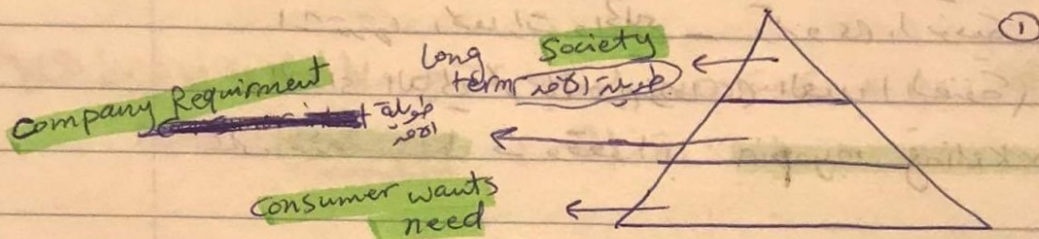
4 Marketing Concept :-

Needs for target market
wants Satisfaction

Better

الهدف : اقل منتج مختلف مع كفاية
في عرف اكنه حاجات المستهلك

5 Societal Concept :-



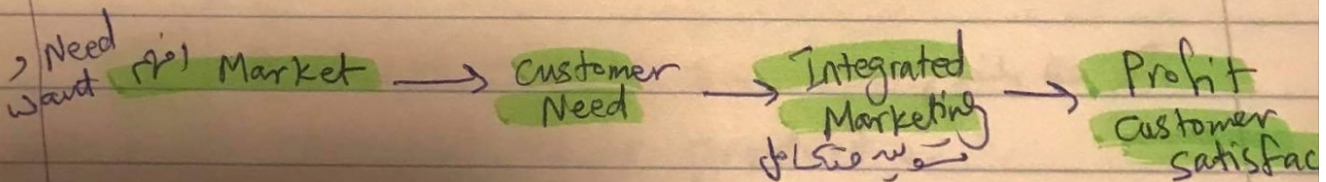
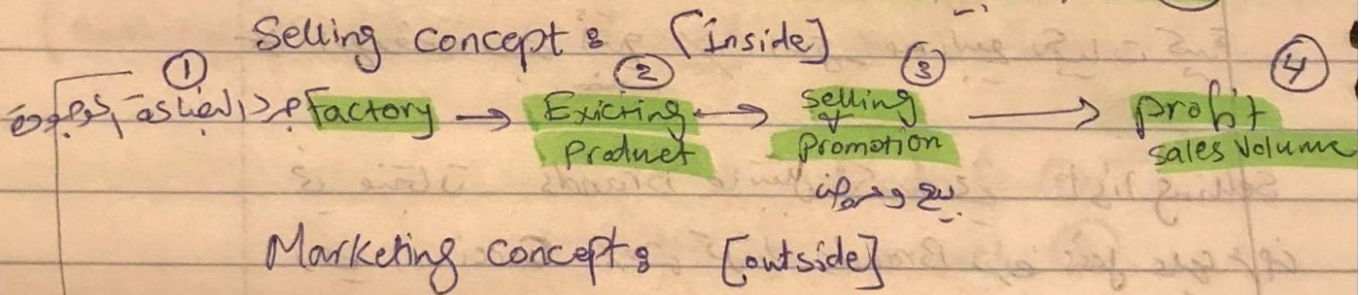
قد يرى ان الحاجات و needs

Societal Marketing Needs

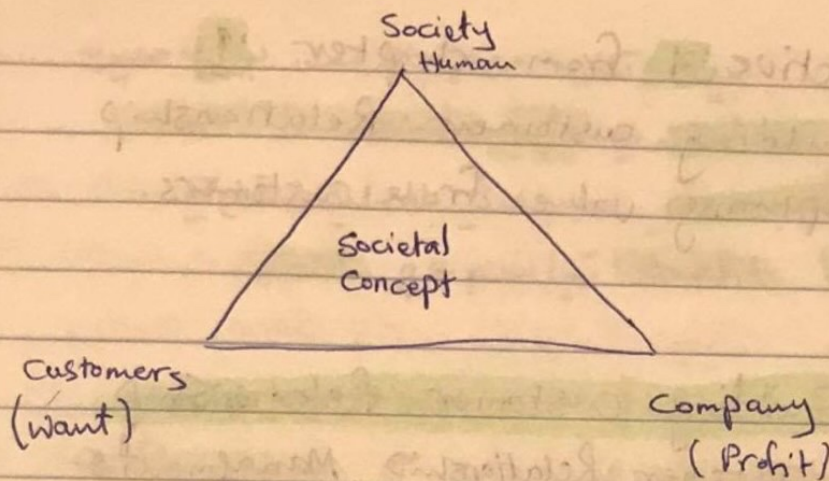
customer
في كل من راحة، كفاءة، اقتصادية

Important

الفرق بين



[Starting point ① - Focus ② - Means ③ - Ends ④]
المنهجية



الهدف من التسويق هو تحقيق الربح للشركة والرضا للمجتمع والرضا للمستهلكين
 * مسؤولية الشركة تجاه المجتمع والرضا للمستهلكين

① Marketing Mix :- (Four Ps) أدوات التسويق

product, Price, Promotion, place
 منتج سعر طريقة الترويج مكان البيع

② Integrated Marketing Program :-

علاقة بين برامج التسويق متكاملة
 لا يمكن تجاهل أي جزء من الأجزاء
 Comprehensive خطة شاملة

delivers & communicate

تقديم وتقديم عالية الجودة
 Need الاستجابة التي يحتاجها

objective 3

Dane

Objective 4 from chapter 1

- * Building customer Relationship
- * Capturing value from customers.

* Building customer Relationship

Customer Relationship Management -

- ① Building + maintaining profitable

customer relationship. علاقة مثمرة

مربحة طويلة الأمد مع الزبائن عن طريق (عرف حاجة الزبون)

إكتماله، لتأمين عائد أفضل. Satisfaction

Relationship Building Blocks إدارة العلاقات مع الزبائن

Customer perceived

Value (اعطى الزبون قيمة)

① - الفرق بين
total customer perceived

Benefit + Customer

Cost ② من وجهة نظر الزبون

Benefit < Cost إذا كان الفرق

Customer perceived value ↓

Customer (من الزبون)

Satisfaction

① extent perceived

Performance + Buyer's

② expectations

① أداء المنتج

+ الأداء الفعلي المشتري

② مع توقعات المشتري

∴ التوقعات < الأداء الفعلي

satisfaction ↓

∴ الأداء < التوقعات

Satisfaction ↑ إذا كان على كثير بفتح ← Delight

∴ Customer perceived value



مثال : ابيك تلفون مبيع باللاس ب 4 عليه

لا أنتبه به لأنه $Cost > Benefit$

إذا طاله طاجر ربك بالعلية القليلة

لأن $Benefit > Cost$ نيا مع $Cost$

∴ Customer satisfaction:

$Performance < expectation$ ∴

Dis satisfaction لا يكون

إذا كانت $expectation < performance$

Satisfaction

إذا كان الأداء عالي جداً يكون Delight

* Customer Relationships levels & Tools.

① Basic Relationship (قيل) بري من الزبون
low margin customer.

② Full partnership : زبون دائم
High margin (كسب) بري منه

③ Frequency Marketing Programs (Reward)
كسب من اعطى الزبون نقاطاً يمكن ادخله هدايا

نه العلامة دائمة لازم اعرف Needs للزبون

* Engaging customers :-

لـ شـركـ معـ فيـ العـلية

التـويـة

الـمـمـ اسـتـمـ الزبـ معـ في

الـمـمـ التـويـة رزـ Blogers

Social Media عـاـه الـمـمـ التـويـة

رزـ Feed Back تـاعـ الزبـ مـقـاـلـ نـبـة

الـمـمـ مـ الـبـاعـ للـزبـ

* Consumer generated Marketing

التـويـة الـمـمـ مـ قـبـلـ الزبـاـهـ

① invite to share
مـاـت مـقـاـلـ نـبـة

Brand exchanges created By customer themselves

② Uninvited
مـمـ مـقـاـلـ نـبـة

لـمـمـ الزبـ مـ شـركـ

مـمـ مـقـاـلـ نـبـة

* Partner Relationship Management :-

الـمـمـ مـقـاـلـ نـبـة مـمـ الـمـمـ مـقـاـلـ نـبـة

لـمـمـ مـقـاـلـ نـبـة (مـاـكـزـاـت)

لـمـمـ مـقـاـلـ نـبـة مـمـ مـقـاـلـ نـبـة

* Customer life - time value

① الزبـ مـقـاـلـ نـبـة مـمـ مـقـاـلـ نـبـة

② اذا كان الزبـ مـقـاـلـ نـبـة مـمـ مـقـاـلـ نـبـة

* مـمـ مـقـاـلـ نـبـة مـمـ مـقـاـلـ نـبـة / مـمـ مـقـاـلـ نـبـة

* بدي أفضل الزبون شترى منه عندي طول فترة حياته

* Share of customers :-

صاحبهم قديم الزبون يحب أن يبيع

الهم قديم شترى منه منتجات

إذا شترى كل المنتجات معناها زبونة دائمة

share of customer ↑ High

share of customer ↓ إذا شترى منتج واحد

capturing

loyalty

* customer equity :-

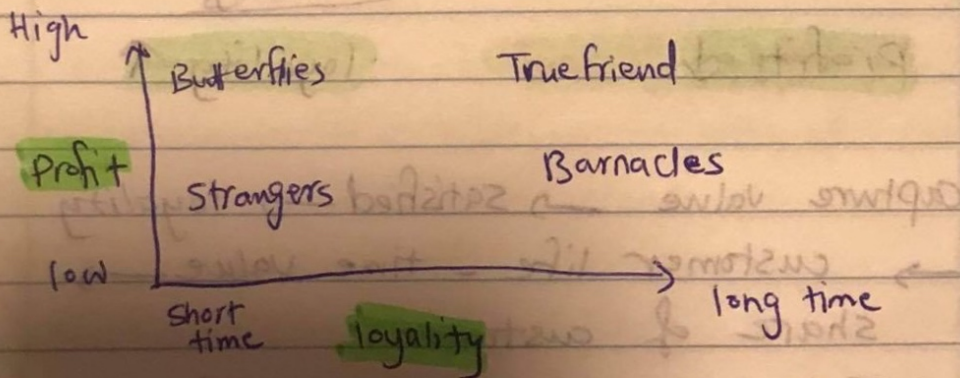
إذا جمعت رأبائه شترى من طول حياته

ليس عندي customer equity لأن رأبائه

أليس المال (الحد) رأبائه الدائم

customer equity ↑ Customer life time value ↑

* Building Right Relationship with Right customers.



المستثمرين ← investors

① Butterflies - زبابة طير
 عارفين
 بيع مرة وبأخر ما يرجع
 بي اخلية يرجع من خزانة استراتيجيات.
 good fit profit ↑ High loyalty ↓ Short-term

② True - Friends يبيعون شئرو داغاً
 وينمحو غيرهم بالكل
 Strong fit profit ↑ loyalty ↑
 ↑ [Full partnership]

③ Strangers يبيعون وفاسدة وانكيان
 لانهم طافين و الفناد تاخر قليل
 profit ↓ loyalty ↓
 exp Supermarket on Road

④ Barnacles لا يحطو رجليه مبيع
 وعضوا على
 (No fit) loyalty /
 True friends لانهم طافين مبيع ما ياتروا
 firing
 profit ↓ loyalty ↑

① capture value → satisfied → loyalty
 → customer life - time value →
 share of customer.

② Technology → global Markets →
 Environment + Social Responsibility.

End of chapter 1

* Changing Marketing Landscape :-

→ Digital , online , mobile , Social Media Marketing.
التكنولوجيا كمنصة التواصل مع بعض / التسوق online.

online

- ① Digital & Social Media Marketing :-
- ② Social Media
- ③ Mobile Marketing

القيود

- Not for profit marketing growth.
مؤسسات / ربحية / غير ربحية.

- Rapid globalization

اصبح هناك حركة سريعة .

- Sustainable Marketing

اصبح هناك حاجة لاستدامة ، لتسويق / قدرته ، لتسويق
تكون افعاله و تحولات تخدم البيئة . للأطفال الاستدامة مثلاً
و المجتمع و الارض .

End of chapter 1