

## المحاضرة الثانية: وظيفة التسويق داخل المؤسسة

يرى بيتر دراكر أن وظيفتي التسويق والابتكار من أهم الوظائف في المؤسسة. والتسويق حسب ما عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق هي جميع النشاطات الضرورية التي تهدف إلى توجيه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي والصناعي ذلك بغرض اشباع حاجاتهم ورغباتهم. كما ارتبطت وظيفة التسويق بتطور مراحل النشاط الاقتصادي

### 1. مفهوم وظيفة التسويق:

هي الوظيفة التي تعني بكافة الأنشطة التي تتضمن تحليل، تخطيط، تنفيذ، والرقابة على المنتج التسعير والتوزيع والترويج لخلق، بناء، وتحقيق مبادلات مربحة مع تحقيق اهداف الشركة.

هي الوظيفة التي تساعد الشركة على تحديد المنتجات الناجحة المحتملة للسوق والحصول عليها ثم الترويج لها من خلال تمييزها عن المنتجات المماثلة وذلك من خلال اجراء ابحاث السوق، ووضع خطة تسويق، وتطوير المنتجات، بالإضافة الى الاشراف الاستراتيجي على الاعلان والترويج والتوزيع، البيع وخدمة العملاء والعلاقات العامة.

يتم على مستوى وظيفة التسويق ممارسة كل وظائف التسويق: التخطيط، التنظيم، التوجيه: الاتصال والتحفيز والقيادة والرقابة.

### 2. أهمية وظيفة التسويق:

يمكن القول بأن وظيفة التسويق قد ساهمت في تطوير الجانب المفاهيمي والممارساتي للتسويق على مستوى المؤسسة.

هذا يبرره الانتقال بالتفكير من مرحله البيع الى مرحله التسويق وصولا الى التوجه الاجتماعي للتسويق.

وعلى قسم التسويق اكتشاف حاجيات ورغبات الأسواق أي فهم سلوكيات وطرق البيع الجيد فهو الذي يروج للمؤسسة ويضعها في مكائنها الخاصة على أساس المنتجات والخدمات التي يقدمها، فهو يحدد المنطقة المناسبة للمنتج، واين يجب ان تركز الشركة استراتيجياتها التسويقية وبالتالي انفاق ميزانيتها بشكل يحقق لها أكبر نتائج. و يمكن ابراز اهميه وظيفه التسويق من خلال مجموعه من النقاط:

أولاً- تعد وظيفة التسويق نافذه على المحيط الذي تعمل فيه.

ثانياً- يعد أحد المؤثرات الذي في تقدم الفرد والمجتمع ورفاهيته.

ثالثاً- توفر فرص التوظيف من خلال ما توفره من مناطق عمل في تخصصات مختلفة: مثل علوم التسيير، علم الاجتماع، الاعلام الالي، مهندسي مبيعات، علم النفس وغيره.

ويساعد قسم التسويق المؤسسة على بناء علاقات مع الجمهور (خلق الوعي بالمؤسسات والثقة بها ...)، اشراك المستهلكين (من خلال فهمهم والاستماع لهم لخلق أفكار جديدة... ووضع استراتيجيات مناسبة للاحتفاظ بهم) وكذلك جلب الإيرادات للمؤسسة (من خلال توسيع قاعدة الزبائن مثلاً وإيجاد فرص جديدة تمكن من الحصول على إيرادات جديدة).

### 3. عناصر المزيج التسويقي:

غالبا ما يصطلح عليه 4p غير أنه تطور ليشمل عناصر أخرى للخدمة وكما أنا الباحثين في مجال التسويق تحدثوا عن عناصر أخرى يركز عليها المسوقين لاتخاذ القرار المناسب منها 7Ps للخدمة أو 4Ps الجديدة (أفراد، عمليات، برامج، أداء) أو 5Cs أو 8Ps. (تجدون معلومات أكثر في المحور 9 على منصة موودل، ملف الخدمة). فيما يلي ايجاز لهذه العناصر:

- المنتج: شيء أو مجموعة من الأشياء المادية أو غير المادية تطرح في الأسواق ولها من الخصائص ما يشبع حاجات الافراد.

- السعر: مجموعة القيم التي يحصل عليها المستهلك نتيجة امتلاكه للسلعة والخدمة.
- المكان: يقصد به التوزيع والقنوات التوزيعية وهي مجموعة الأفراد أو المؤسسات التي تعنى بعملية تدفق المنتجات والقيم للمستهلك.
- الترويج: يعرف المستهلكين المحتملين بالمنتج من حيث خصائصه ووظائفه وأماكن توزيعه وأسعاره بالإضافة الى اقناع المستهلكين بشراء المنتجات.
- الدليل المادي: يتمثل في كافة الأشياء والعلامات الملموسة في تقديم الخدمة وتعميق الشعور المادي بها. ويؤثر في تعزيز ادراك العميل للخدمة وجعله أكثر قدرة على تقييمها.
- الأفراد: هم المستفيدين من الخدمة ومزوديهم وكذلك مستوى التفاعل بينهم او العلاقات التفاعلية.
- عملية تقديم الخدمة او العمليات: كافة الأنشطة المتعلقة بأداء الخدمة والتفاعل بين مقدم الخدمة ومتلقيها لأن الخدمة تتميز بعدم قابلية الانفصال فالعميل عامل مشارك في تقديم الخدمة.

#### 4. تنظيم وظيفة التسويق:

- تعد وظيفة المؤسسة مهمة وأحد الوظائف الأساسية في أغلب المؤسسات مثل وظيفة الإنتاج، فهي تجمع المعلومات عن البيئة التي تعمل فيها المؤسسة وتدعما قبل الإنتاج وتستمر الى ما بعد الإنتاج.
- قسم التسويق مسؤول عن الكثير من المهام عن ترويج الخدمات والأفكار ومهمة المؤسسة، إيجاد زبائن جدد، وتذكير الزبائن الحاليين بأن المؤسسة موجودة وتعمل في سبيل خدمتهم. كما أن قسم التسويق يمكن ان يتكون من فرد او مجموعة من الافراد يعملون في خط سلمي معين ويقومون بمهام مختلفة ويتطلب أن يكونوا ذوي مهارات معينة للتعرف على حاجات الافراد والجمهور والتعامل معهم. ويستخدم فريق التسويق العديد من الأدوات منها: بحوث التسويق، تطوير المنتجات، الحملات الاعلانية والترويجية وتطوير الأعمال. وذلك من خلال تنفيذ المسؤوليات التالية: تطبيق منهجية تركز على الزبائن، مواكبة المنافسة، خلق العلامة التجارية، إيجاد الشركاء الجيدين، الابداع والابتكار، التواصل مع بقية الأقسام وتحديد الميزانية.. تقييم الإيرادات ...
- إلا أن تنظيم وظيفة التسويق يتعلق بالعديد من الاعتبارات التي تؤثر على الهيكل التنظيمي منها: الانتشار الجغرافي، تنوع عملاء المؤسسة، تنوع السلع والخدمات، احتياجات الشركة وحجمها وكذلك مقدار الميزانية المخصصة للإنفاق على التسويق.

#### 5. دور قسم التسويق:

- يلعب قسم التسويق دورًا حيويًا في الترويج لأعمال ورسالة المنظمة. إنه بمثابة واجهة المنظمة للوصول إلى العملاء المحتملين و/أو العملاء والمستثمرين و/أو المجتمع، مع إنشاء صورة شاملة تمثل المؤسسة في ضوء إيجابي. قد تشمل واجبات قسم التسويق واحدًا أو أكثر مما يلي:
- تحديد وإدارة العلامة التجارية. يتضمن ذلك تحديد هوية المؤسسة، وما تمثله، وماذا تفعل، وكيف تتصرف المؤسسة. وهذا بدوره يحدد التجربة التي تريد أن يتمتع بها العملاء والشركاء الذين يتفاعلون مع المؤسسة.
  - إدارة الحملات للمبادرات التسويقية. يحدد التسويق بشكل استباقي المنتجات والخدمات التي يجب التركيز عليها على مدار دورة المبيعات، ثم ينتج المواد والاتصالات التي تنشر الكلمة.
  - إنتاج المواد التسويقية والترويجية. يجب على قسم التسويق إنشاء المواد التي تصف وتروج للمنتجات و/أو الخدمات الأساسية.
  - إنشاء محتوى يوفر تحسين محرك البحث لموقع المؤسسة على الويب. غالبًا ما يكون هذا الأخير هو المكان الأول (وربما الوحيد) الذي يذهب إليه الأشخاص للحصول على معلومات عن المؤسسة. سيكون قسم التسويق مسؤولاً عن تحديث محتوى الويب، مع

العمل أيضاً على ضمان ظهور الموقع بسرعة للأفراد. ومراقبة وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الحسابات ومراقبة ما يتم نشره عن المؤسسة عبر الإنترنت بعناية.

- إنتاج الاتصالات الداخلية. يحتاج الموظفين إلى فهم المؤسسة وقيمها وأهدافها وأولوياتها. غالباً ما يكون التسويق مسؤولاً عن اتصالات الموظفين من خلال رسالة إخبارية و/أو شبكة داخلية.
- إجراء أبحاث العملاء والسوق. يساعد البحث على تحديد الأسواق والفرص المستهدفة ويساعد على فهم كيفية النظر إلى منتجات وخدمات المؤسسة.
- الإشراف على البائعين والوكالات الخارجية. عادةً ما يكون التسويق مسؤولاً عن اختيار وإدارة الوكالات والبائعين الذين ينتجون مواد تسويقية و/أو يقدمون الدعم التسويقي. وقد يشمل ذلك وكالات الإعلان، وبائعي الطباعة، ووكالات العلاقات العامة أو المتخصصين، ومقدمي خدمات الويب، وما إلى ذلك.

## 6. علاقة وظيفة التسويق بالوظائف الأخرى:

هناك تكامل وتناسق بين الوظائف وبالنتيجة يتم تحقيق المنافع للمنظمة و للمستهلك و سوف نتناول باختصار هذه العلاقة:

- ١ - **علاقة وظيفة التسويق بوظيفة الإنتاج:** ترتبط وظيفة التسويق مع وظيفة الإنتاج بشكل كبير، فالقائمون بعملية الإنتاج لابد أن تتوفر لديهم معلومات و بيانات عن احتياجات السوق كما و نوعاً، و وقت هذه الاحتياجات التي يقدمها لهم القائمون بوظيفة التسويق ليتم على ضوئها تحقيق هدف أساسي و هو إنتاج السلع بالكميات المطلوبة وبالجودة و التكاليف المناسبة و في الوقت الملائم.
- ٢ - **علاقة وظيفة التسويق بوظيفة التصميم:** المسؤولون عن التصميم لا يمكنهم القيام بتصميم السلعة إلا على ضوء الدراسة المسبقة للسوق ومعرفة أذواق و رغبات المستهلكين حول تصميم السلعة من حيث محتواها و شكلها، و هذه المعلومات لا يمكن توفرها إلا من طرف المسؤولين عن أداء وظيفة التسويق.
- ٣ - **علاقة وظيفة التسويق بوظيفة الشراء:** هناك علاقة غير مباشرة بين وظيفة التسويق و وظيفة الشراء في منظمات الأعمال و تتضح هذه العلاقة من خلال قيام المسؤولين عن التسويق بتزويد القائمين بعملية الإنتاج باحتياجات المستهلك كما و نوعاً و توقيتاً. و يحددون خطط الإنتاج للتحديد الدقيق لحجم المستلزمات من المواد اللازمة للإنتاج، و إعلام المسؤولين بوظيفة الشراء بذلك حتى يتسنى لهم القيام بالإجراءات اللازمة لشرائها.
- ٤ - **علاقة وظيفة التسويق بالوظيفة المالية:** مادام المسؤولون عن التسويق يستخدمون نسبة لا بأس بها من رأس المال المستثمر في منظمات الأعمال للقيام بأداء وظيفة التسويق، فلا بد إذن من نشوء علاقة متبادلة بين هؤلاء المسؤولين أي بوظيفة التسويق و المالية باعتبار الوظيفة المالية هي الجهة المسؤولة عن إدارة الأموال.
- ٥ - **علاقة وظيفة التسويق بوظيفة الموارد البشرية:** هناك تكامل واضح بين وظيفتي التسويق و الموارد البشرية في منظمات الأعمال خاصة فيما يتعلق الأمر باختيار الأفراد العاملين المسؤولين عن وظيفة التسويق و رجال البيع و تدريبهم و إعداد طرق مكافآتهم و النظم و الحوافز الخاصة بهم، و ترفيآتهم و الإشراف عليهم، و الطرق المناسبة لتوصيل البيانات الخاصة بالغياب و معدلات دوران العمل و استخلاص النتائج منها بصفة مستمرة.