المحور الخامس– المنتوج الصناعي

1– تعريف المنتوج الصناعي: يشير المنتوج الصناعي إلى تلك السلع والخدمات التي تشترى لاستخدامها في إنتاج منتجات وخدمات أخرى، والتي تباع أو تؤجر أو تورد للآخرين.

يمثل المنتوج مزيجا من ثلاثة خصائص هي:

– الخصائص الأساسية (الجوهرية)

– الخصائص الإضافية.

– الخصائص المدعمة والتعزيزية

2– تصنيف المنتجات الصناعية: يصنف كوتلر المنتجات الصناعية إلى ثلاث مجموعات رئيسية، وداخل كل مجموعة عدد من المنتجات الفرعية كما يلي:

أ– **السلع التي تدخل في الإنتاج**

ب– **سلع التأسيس**

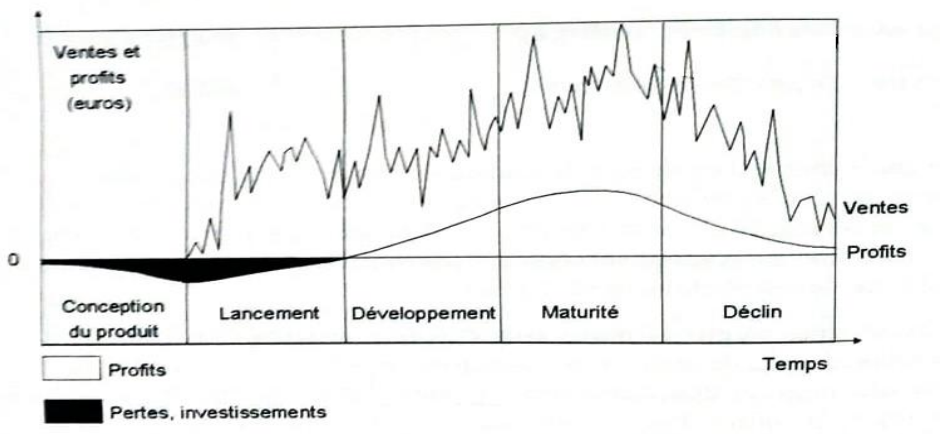
ت– **السلع التسهيلية**

3– أبعاد تشكيلة المنتج الصناعي :

تشمل تركيبة وهيكلية مزيج المنتجات على أربعة أبعاد أساسية هي :

- اتساع مزيج المنتج Wide Mix Product:
- عمق مزيج المنتجات.
- طول مزيج المنتجات
- تناسق المنتجات

4– دورة حياة المنتوج الصناعي والاستراتيجيات التسويقية:



- **مرحلة التقديم**
- **مرحلة النمو**
- **مرحلة النضج**
- **مرحلة الانحدار (التدهور**

5- تطوير المنتجات الجديدة:

يعد تطوير وتسويق المنتوج الجديد من أصعب المهمات التي تواجهها المؤسسة، وبالرغم من صعوبة وتعقيد إجراءات تطوير المنتوج الجديد إلا أنها تشكل مهمة أساسية لنمو أرباح المؤسسة واستمرار بقائها في السوق، ويمكن تصنيف المنتجات الجديدة إلى الأنواع التالية:

- منتجات مبتكرة وجديدة على العالم.
- منتجات جديدة بالنسبة للمؤسسة ولكنها ليست جديدة للسوق.
- تحسين المنتجات (القائمة أو الحالية) في الأسواق الحالية.
- إضافة منتجات لخط المنتجات الحالي في قطاعات سوقية جديدة.
- إعادة تموقع المنتجات الحالية لقطاعات سوقية جديدة.

تمر عملية تطوير منتوج جديد بالعديد من الخطوات المتسلسلة:

- **مرحلة توليد الأفكار**
- **مرحلة تطوير الأفكار وتجربتها**
- **اختبار تصور المنتوج**
- **تحليل الأعمال**
- **تطوير المنتوج.**
- **اختبار السوق.**
- **مرحلة التقديم للسوق**

الاستاذة: مناني .ص