

دراسة السوق



المحاضرة الأولى

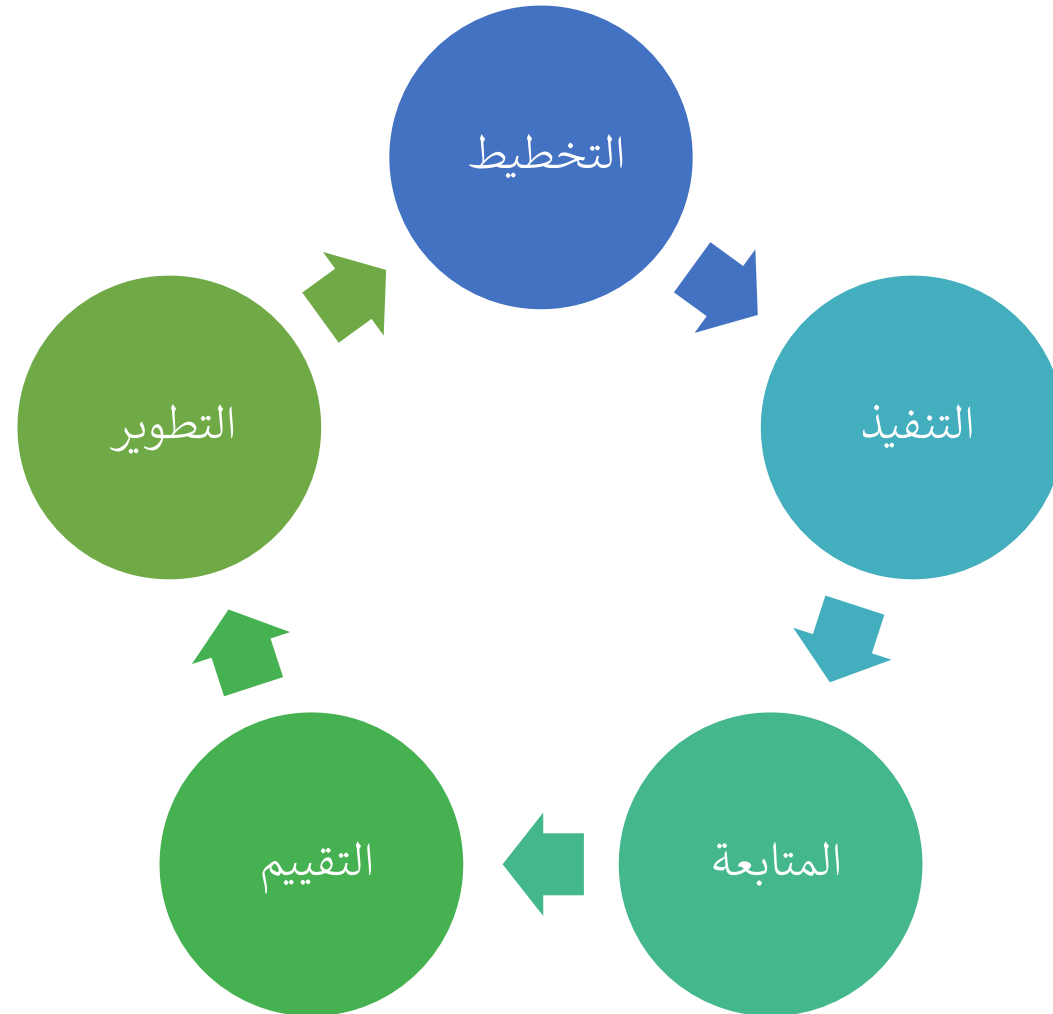
اتخذ قرارك بالبدء

إن قرار البدء بمشروعك الخاص هو بالتأكيد من أهم القرارات الكبرى بحياتك..
هناك الكثير من الأشخاص الذي بدأت مشاريعها بكل حماس ونشاط وكانت أفكارهم رائعة،
ولكن بعد فترة لم نعد نسمع بأسمائهم، ومشاريعهم أصبحت من الماضي.





متطلبات أي مشروع





المحاضرة الثانية

ما هي الأمور التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة المشروع؟



- ما هي القوانين وغيرها من الأنظمة التي تؤثر على سير ونجاح المشروع؟
- مدى قدرتك على إدارة العمل
- مدى توفر رأس المال اللازم لتأسيس المشروع والاستمرار به
- دراسة مقر الشركة
- دراسة الموردين

ما هي الأمور التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة المشروع؟



- الأفراد والموظفين
- التسويق والمبيعات
- سياسية خدمة الزبائن
- مستوى الجودة

إن الحاجة لهذه الجوانب تختلف حسب نشاط الشركة التي تنوي تأسيسه

القوانين والتعليمات التي تؤثر على مشروعك

1. تأكد من تأسيس مشروعك وفق القوانين والأنظمة النافذة
2. تأكد من أن المشروع سيعمل بشكل قانوني
3. حقق القواعد اللازمة للصحة والسلامة

التحقق من قدراتك على إدارة المشروع



من هو رائد العمل؟

- لديه مهارات تواصل
- ذهن منفتح ومستعد لتعلم أشياء جديدة
- لديه مرونة
- يعرف أولوياته
- لديه مهارات بيعية وقادر على الإقناع
- لديه فكرة

التحقق من قدراتك على إدارة المشروع



من هو رائد العمل؟

- مبدع
- لديه مبادرة
- قائد لديه رؤية وصاحب قرار
- مفكر إيجابي
- التحفيز الذاتي



المحاضرة الثالثة

لديه فكرة

من أين تأتي بالأفكار الجديدة؟؟



لديه فكرة

الإلهام:

- السفر
- الخبرة السابقة
- زيارة المعارض
- احتياجات منطقتك
- الهوايات أو الاهتمامات
- التغيير في روتين حياتك
- مقابلة أنواع مختلفة من الناس



الابتكار



Creativity

ما تعريف الأفكار المبتكرة؟

هي عبارة عن رؤية جديدة لعناصر قديمة،
والقدرة على طرح العناصر القديمة في قالب جديد.

مبدع - روح الإبداع

عناصر روح الإبداع:

- تقبل الجديد: كن منفتحاً واحترم الجديد.
- المخاطرة: الخروج من دائرة الراحة.
- الطاقة: لا شيء يأتي من غير عمل.
- التواصل مع من حولك.
- لا تبتعد عن المرح واللعب.
- القراءة: لا فرق بين من لا يقرأ الكتب الجيدة، والذي لا يعرف القراءة أصلاً.
- لا تركز على كل شيء، بل اهتم فقط بما يحرك خيالك ومشاعرك.



المحاضرة الرابعة

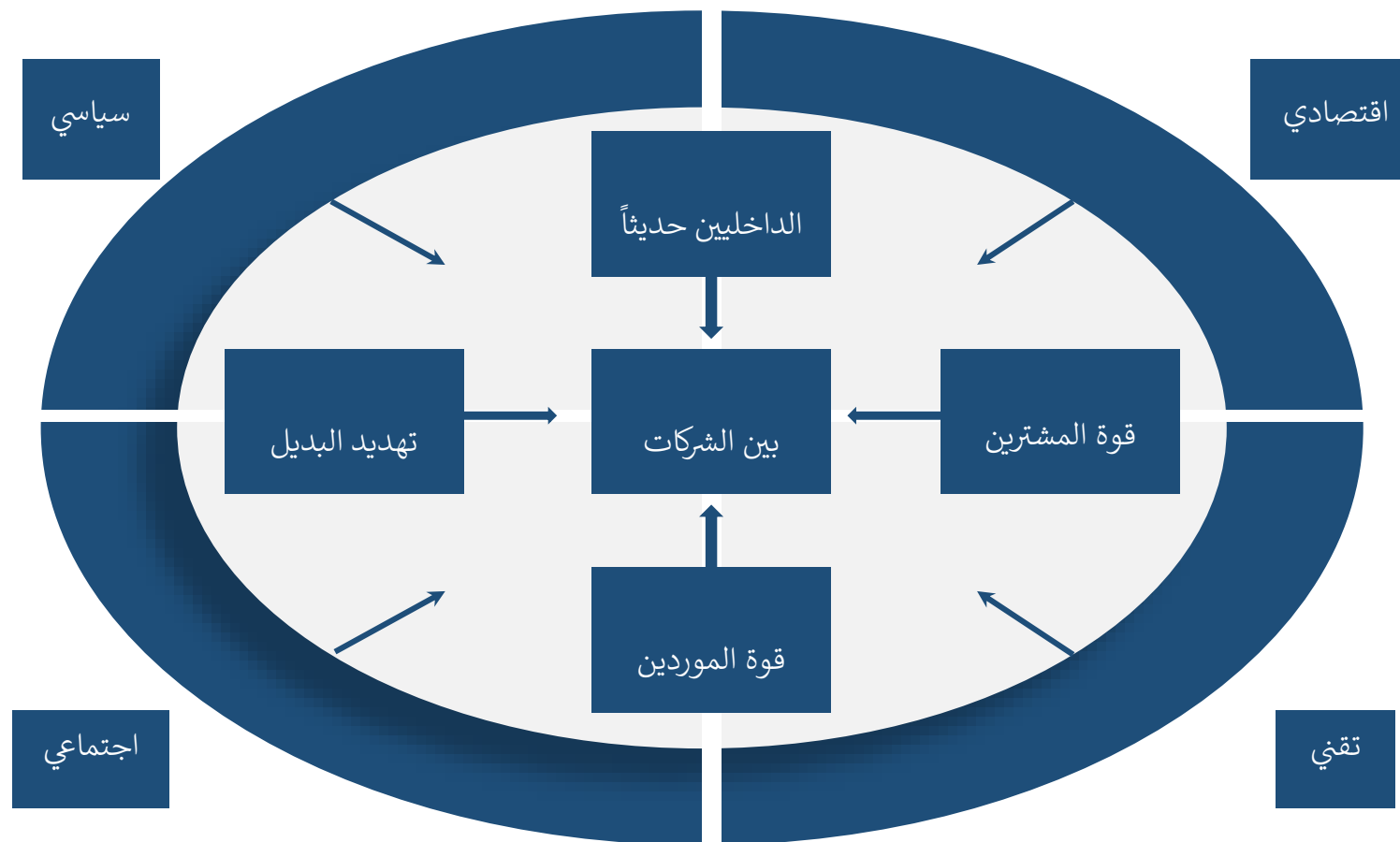
قوى مايكل بورتر



البروفسور مايكل بورتر

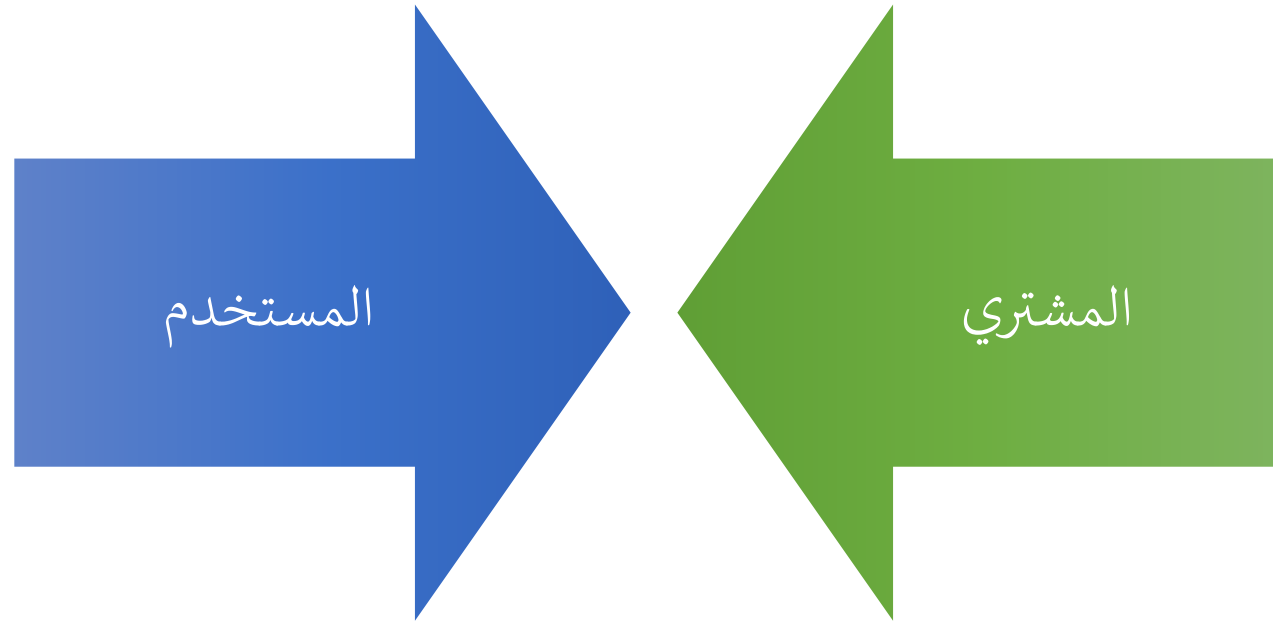
جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

قوى البيئة المحيطة



المحاضرة الخامسة

أنواع الزبائن

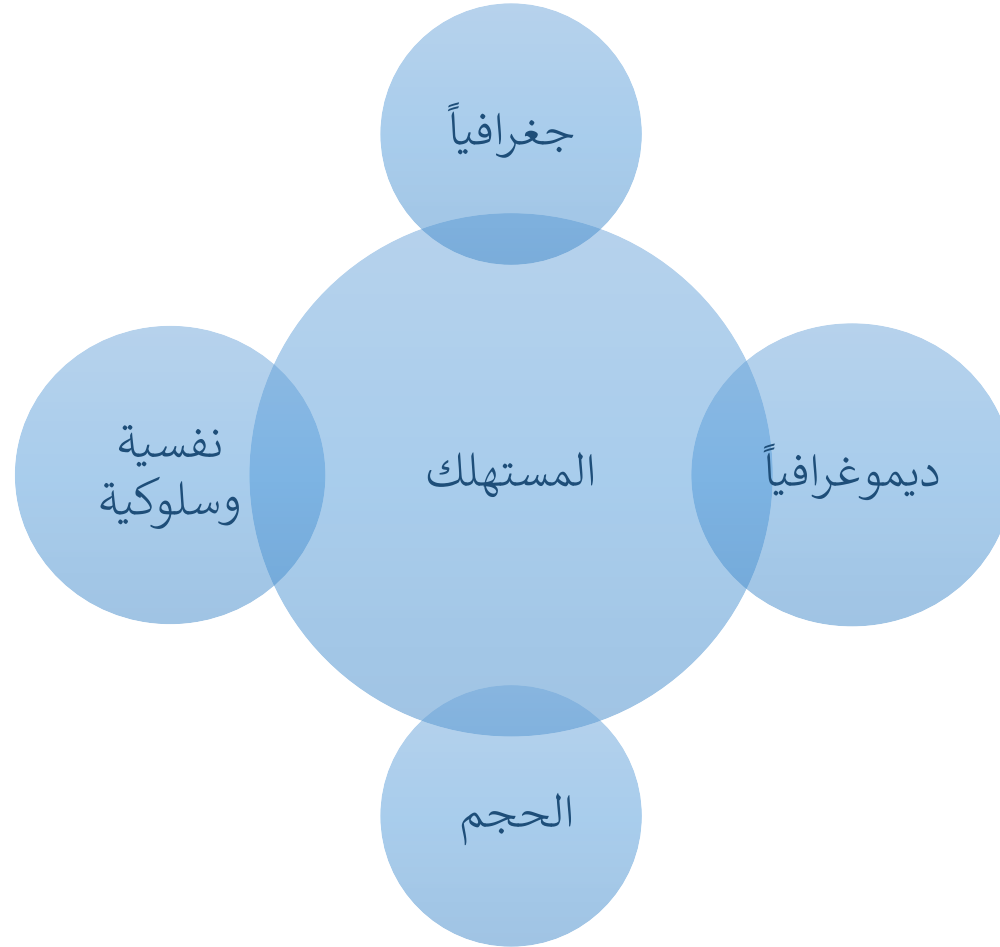


شرائح الزبائن

إن معرفة شرائح الزبائن ضروري جداً لتخطيط الأنشطة الترويجية بالطريقة المناسبة وخصوصاً للشركات الصغيرة، مما يتيح لها خلق فرصة للتخصص في الأسواق أو تصميم المنتج / الخدمة للمنافسة



تقسيم الشرائح



شرائح الزبائن جغرافياً



التقسيم على أساس:

- مدينة / ريف
- محلي / عالمي
- منطقة غنية / منطقة فقيرة

شرائح الزبائن الصفات الديموغرافية

- ذكر/أنثى: أنماط الاستخدام
- (متزوج مع أولاد / متزوج بدون أولاد): الاحتياجات العائلية
- العمر: تختلف الرغبات حسب الفئة العمرية
- مستوى التعليم: أسلوب الإقناع
- مستوى الدخل المادي: القدرة على الشراء
- صاحب عمل / موظف / عامل عادي / ... إلخ
- دورة الحياة العائلية: شخص في مستهل حياته، مطلق/ة، عازب، بعيد عن أولاده... إلخ



شرائح الزبائن حسب الحجم



	الاستخدام المنزلي	الشركات الصغيرة	الشركات الكبرى
السوق المنتج			
أدوات الكمبيوتر	★	★	★
تطبيقات برمجية	★	★	
برمجيات بناء على الطلب	★		

شرائح الزبائن السلوكية والنفسية

السلوكية:

- الاستخدام: أسلوبه، مقداره.
- أسباب الشراء: هدية، موسمية، الإجازات.
- الاستجابة للعمليات الترويجية: هناك فئات تستجيب للإعلانات والترويج أكثر من غيرها، مثال: السيدات.

شرائح الزبائن السلوكية والنفسية

النفسية:

- نمط الحياة: الأنشطة والاهتمامات.
 - الشخصية: محافظة، مغامرة، طموحة، مقهورة، متسلطة، اجتماعية... إلخ.
- مع العلم أن التجزئة النفسية من الأمور الصعبة نتيجة المتغيرات التي تحدث لها؛ لذلك لا يمكن الاعتماد على أصحابها عملاء مدى الحياة.

إلى ماذا يتطلع الزبائن؟



من خلال معرفة احتياجاتهم المستقبلية أي متابعة التكنولوجيا.

مثال: دفاتر وبرامج محاسبة.

لا تكتفي فقط بالحاجات التي تلي زبائنك اليوم مهما كان لديك القدرة على فعل ذلك بمهارة، ولكن ابحث دائماً عن تلبية الاحتياجات المستقبلية.

تحليل الزبائن الشرائح

ورشة عمل

الشريحة \ القطاع \ الفئة	تحديد الاحتياج	كيفية التواصل

المحاضرة السادسة

العوامل التنافسية الرئيسية



تحليل العوامل التنافسية

العوامل التنافسية	ضد المنافس A	ضد المنافس B
الأمر الفريدة: ما الذي أقدمه ولا يقدمه أي من المنافسين		
الأفضلية: ما الذي أقدمه ويقدمه المنافسين ولكني أقدمه بطريقة أفضل		
المتساوي: ما الذي أقدمه ويقدمه المنافسون وبنفس المستوى وهو ما زال مهماً للسوق		
نقاط ضعيفة: ما الذي يقدمه المنافسون ولا أقدمه أنا		

SWOT Analysis Or IE Matrix

قم بتحليل SWOT على المشروع الذي تنوي إقامته

ورشة
عمل



القوة	الضعف
الفرص	المخاطر



شكراً لكم