

دراسة السوق

المقدمة

يساعدك كورس دراسة السوق على معرفة مدى نيل السوق لفكرة مشروعك، وما هي أهم النقاط التي يركز عليها رباتك المحتملين، وما مدى قدرتك على تلبية تلك النقاط، كما تصل بك الدراسة لتحديد نقاط قوتك وضعفك في السوق، والمخاطر والعرض المرتبطة، كل هذا وأكثر ستجده في كورس أساسيات المشاريع ودراسة السوق.

إن قرار البدء بمشروعك الخاص هو بالتأكيد من أهم القرارات الكبرى بحياتك .. هناك الكثير من الأشخاص الذين بدأت مشاريعها بكل حماس ونبشاط وكانت أفكارهم رائعة ولكن بعد فترة لم تعد تسمع بأسمائهم ومشاريعهم أصبحت من الماضي.

متطلبات أي مشروع

- التخطيط
- التف
- التابعة
- التقيم
- التطوير

ما هي القواين 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.
- الأفراد والموظفين.
- التسويي والمبيعات.
- سياسية خدمة الزبائن.
- مستوى الجودة.

القواين والتعليمات التي تؤثر على مشروعك

- تأكد من تأسيس مشروعك وفق القواين والأنظمة النافذة.
- تأكد من أن المشروع سيعمل بشكل قانوني.
- حقق القواعد اللازمة للصحة والسلامة.

التحقق من قدراتك على إدارة المشروع

- لديه مهارات تواصل.
- ذهن منفتح ومستعد لتعلم اشياء جديدة.
- لديه مرونة.
- يعرف اولوياته.
- لديه مهارات بيعية وقادر على الاقتناع.
- لديه فكرة.
- مدع.
- لديه مبادرة.
- قائد لديه رؤية وصاحب قرار.
- مفكر ايجابي.
- التحفيد الذاتي.

لديه فكرة

- الإلهام
- الابتكار

- السفر.
- الخبرة السابقة.
- زيارة المعارض.
- احتياجات منطقتك.
- الهوايات أو الاهتمامات.
- التعبير في روبين حياتك.
- مقابلة أنواع مختلفة من الناس.

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

مبدع - روح الابداع

عناصر روح الإبداع:

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

دراسة السوق

- قوى مايكل بورتر
- قوى البيئة المحيطة

أنواع الزبائن

المشتري و المستخدم

الفرق بين المشتري والمستخدم

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

شرائح الزبائن

لا تكفي فقط بالاحتياجات التي تلبية زبائنك اليوم مهما كان لديك القدرة على تفعيل ذلك بمهارة ولكن البحث دائماً عن تلبية الاحتياجات المستقبلية..

إلى ماذا نتطلع الزبائن؟

- السرعة
- العاملين
- السمعة
- أسلوب الخدمة
- التطوير الدائم
- السعر
- الاعلان
- الجودة
- قنوات التوزيع
- الموردين

العوامل التنافسية الرئيسية

تقسيم الشرائح

- جغرافياً
- ديموغرافياً
- الحجم

نفسية وسلوكية

التقسيم على أساس: مدينة / ريف محلي / عالمي منطقة غنية / منطقة فقيرة

ذكر/ أنثى - متزوج مع أولاد/متزوج بدون أولاد - الاحتياجات المنزلية - العمر - مستوى التعليم - أسلوب الاقتاع مستوى الدخل المادي/ القدرة على الشراء صاحب عمل/ موظف / عامل عادي / ... الخ. دورة الحياة العائلية: شخص في مستهل حياته , مطلق/ة , عازب , بعيد عن أولاده..

السلوكية: الاستخدام: أسلوبه , مقدار. أسباب الشراء: هدية, موسمية, الاجازات. الاستجابة للعمليات الترويجية: هناك فئات تستجيب للاعلانات والترويج أكثر من غيرها. مثال السيدات.

النفسية: نمط الحياة: الانشطة والأهتمامات. الشخصية: محافظة, معامرة, طموحة, مقهورة, متسلطة. اجتماعية: ...الخ. مع العلم أن التجربة النفسية من الأمور الصعبة نتجة المتغيرات التي تحدث لها لذلك لا يمكن الاعتماد على اصحابها عملاء مدى الحياة.

تحليل العوامل التنافسية

- العوامل التنافسية
- الأمر الفريدة: ما الذي أقدمه ولا يقدمه أي من المنافسين
- الأفضلية: ما الذي أقدمه ويقدمه المنافسين ولكني أقدمه بطريقة أفضل
- المناسوي: ما الذي أقدمه ويقدمه المنافسين وينفيس السوي وهو مازال مهما للسوق
- نقاط ضعيفة: ما الذي يقدمه المنافسون ولا أقدمه أنا

SWOT Analysis Or IE Matrix

تعلمت من هذا الدرس أساسيات المشاريع صفات رائد الأعمال الأفكار الجديدة والمبتكرة عوامل مايكل بورتر لدراسة السوق قوى البيئة المحيطة المشتري والمستخدم شرائح الزبائن العوامل التنافسية الرئيسية تحليل سوات

الخاتمة