

# تجزئة السوق

# مفهوم السوق

المكان والزمان لتفاعل قوى العرض والطلب (المشتريين والبائعين) وموضوعات العرض والطلب (السلع والخدمات) بالإضافة إلى الأسعار وتبادل القيم وخلق المنافع وفق قوانين اقتصادية.

السلوك الشرائي

المنافع  
والإيرادات

قوانين العرض  
والطلب

السلع والخدمات  
المختلفة

عناصر  
السوق

المنظمون  
والمشرفون  
والوسطاء  
والسماسرة  
والعارضون

الأفراد  
واحتياجاتهم  
وقدراتهم  
الشرائية

# خصائص السوق

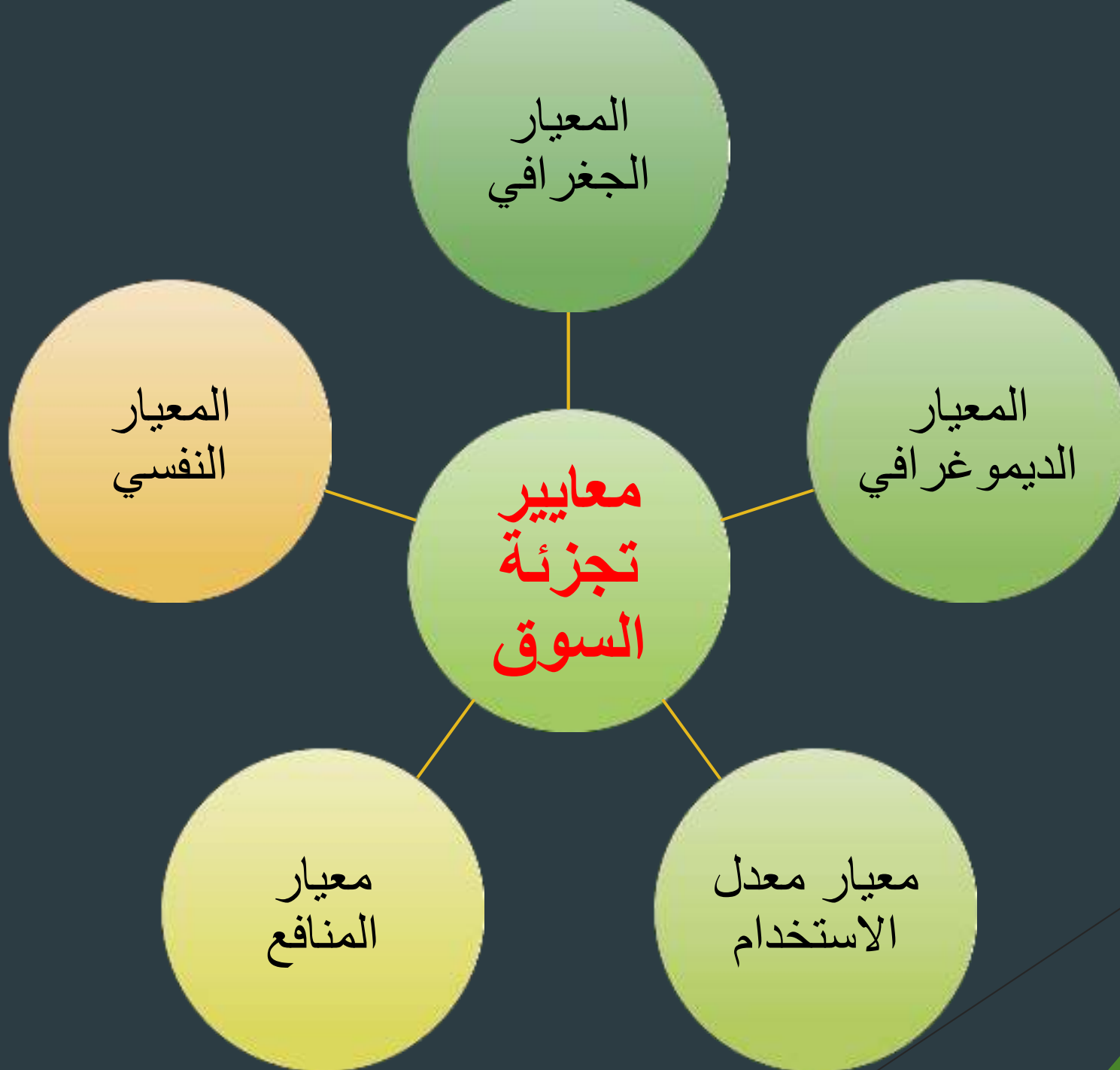
١. منظم قانونيا وفنيا
٢. عرض السلع والخدمات من قبل المنتج
٣. وجود جماعات من الناس تمثل اطراف السوق
٤. وجود نمط ثابت من العلاقات بين اطراف السوق
٥. تقديم السلع والخدمات بالجودة والكمية والوقت والمكان المناسب
٦. تحقيق المنفعة لكل من المشتري والبائع
٧. تجميع وتنظيم المعلومات اللازمة عن السوق
٨. يتميز الوسطاء والمنظمون بالمرونة الكافية للتأقلم مع التغيرات

# مفهوم تجزئة السوق

هي استراتيجية تسويقية تهدف الى تقسيم الأسواق الكلية الى أسواق جزئية متخصصة متجانسة في معطياتها والقوى التي تعمل فيها

# شروط التجزئة الفعالة

١. وجود خصائص مشتركة بين المستهلكين
٢. قابلية قياس تلك الخصائص احصائيا
٣. إمكانية الوصول الى تلك السوق بسهولة ودون معوقات
٤. ان يكون حجم السوق المستهدفة كبير نسبيا
٥. استقرار القطاعات السوقية واستمرارها في الأجل الطويل



# مفهوم الإحلال السلعي

هي استراتيجية تهدف الى إحلال وموائمة الماركات او الماركة من السلع مع متطلبات وخصائص الأسواق المستهدفة

## تهدف إلى

١. تمييز السلع عن غيرها من السلع التي تعرضها الشركات الأخرى
٢. خدمة فئات معينة من المستهلكين المستهدفين

# أنواع استراتيجيات الإحلال السلعي

١. استراتيجيات موجهة للمستهلكين (الإحلال المحدد – الإحلال العام)
٢. استراتيجيات موجهة للمنافسين
٣. استراتيجيات إعادة الإحلال السلعي