

د/ محمد النداوي

الحلول العملية للمشكلات التسويقية

حالة شركة فينوس لمنتجات التجميل

إختار أصحاب هذه الشركة اسم فينوس ، وهو رمز الجمال عند اليونان ، حتى يكون اسما عريقا لمنتجات الشركة ، وعند إنشاء هذه الشركة ذات الحجم الكبير فى عام ١٩٦٥ لم يكن فى السوق سوى بعض الشركات المنافسة الصغيرة الحجم (لن يظل الصغير) ولقد بدأت الشركة أعمالها بعد القيام بدراسة تسويقية بإنتاج خمسة أصناف وهى (العطور الرجالي - العطور الحريمى - البودرة - أحمر الشفاهة - وظل الجفون للسيدات) ، وقد تولى أصحاب الشركة الوظائف العليا بالشركة من إنتاج وتسويق وتمويل (فصل الإدارة عن الملكية) . ولقد إتجهت الأرباح فى الإنخفاض التدريجى حتى عام ١٩٨٥ م ، إلى أن أصيبت الشركة بخسائر كبيرة فى العامين ١٩٩١ ، ١٩٩٤

، وبدراسة ممارسات عمل الذي كانت تعمل من خلاله هذه الشركة أتضح ما يلي :

➤ **منتجات الشركة موجهة لإشباع حاجات المستهلكين من الطبقتين المتوسطة والمنخفضة .**

➤ **بسبب النجاح المبكر للشركة فقد قامت باستمرار بإضافة أصناف جديدة ، (بالإضافة إلى أشكال وأحجام جديدة أيضا) إلى أن وصل مزيج المنتجات (٤٥٠ منتجا وكان الباعث الأساسي لهذه الإضافات هو إستغلال وجود الطاقة الإنتاجية العاطلة .**

➤ **حفاظا من الشركة على تقديم منتجاتها بأسعار منخفضة للمستهلك فإنها عندما ترتفع التكاليف ، كانت تعوض ذلك بالتقليل من جودة العبوات وعمليات التغليف دون المساس بمكونات المنتج .**

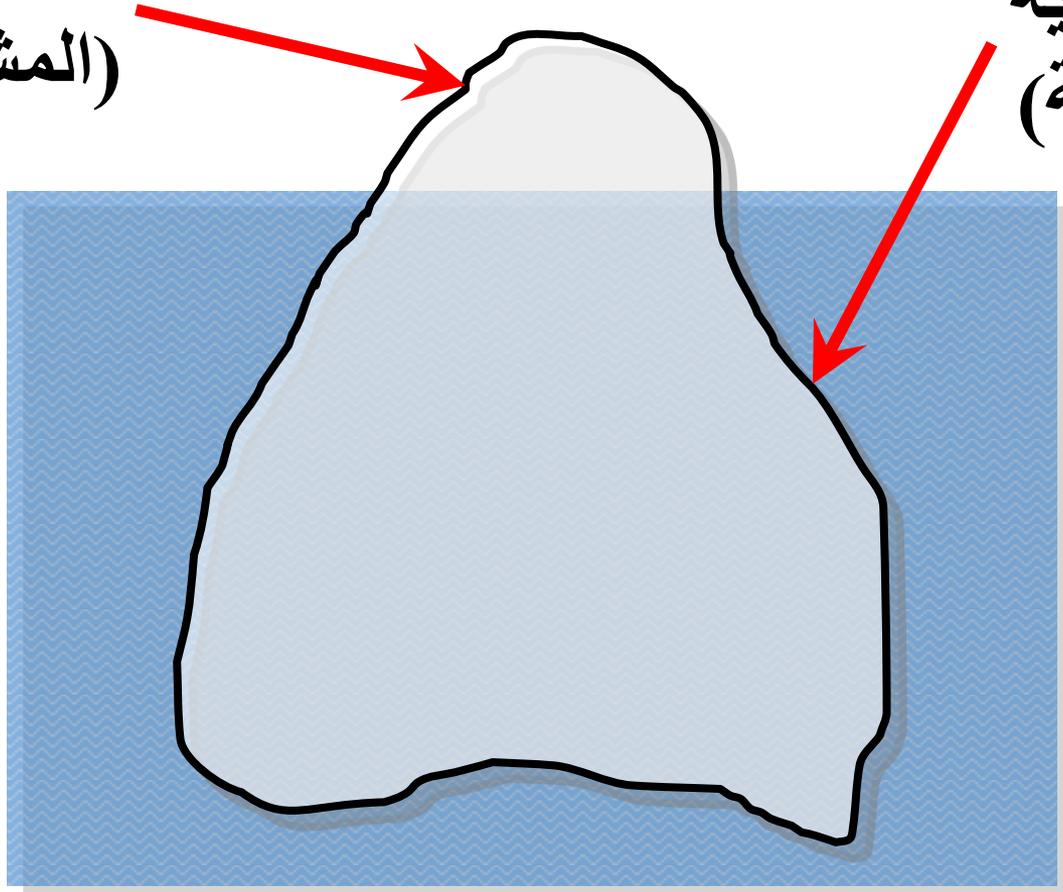
- **كان الطلب على منتجات الشركة خلال العشر سنوات الأولى مرتفعا لدرجة أن الشركة كانت تسعى لتخفيض الطلبات ، وعدم منح الإئتمان للموزعين وطالما أن الطلب أكثر من العرض فليس للإعلان عن منتجات الشركة أية ضرورة ، وبالتالي خلال تلك الفترة لم يكن لدى الشركة أية مخصصات إعلانية .**
- **في العقد الثاني من حياة هذه الشركة توالى دخول منافسين جدد بالإضافة إلى دخول أصناف عديدة مستوردة ، فهبطت حصة الشركة من السوق رغم إرتفاعها مستوى المعيشة وزيادة حجم السوق بنسبة ١٥٪ .**
- **حفاظا من الشركة على راحة عملائها فكانت هي التي تذهب إليهم حيث كانت تبيع معظم منتجاتها من خلال سيارات متنقلة تتحرك بين متاجر الموزعين المنتشرين جغرافيا حيث وجدت أن ذلك أرخص من إقامة منافذ بيع ثابتة .**

(١) ما هي الأخطاء التي وقعت فيها الشركة ؟

(٢) هل توجد متغيرات بيئية أثرت على أداء هذه الشركة ؟

انخفاض المبيعات
(المشكلة السطحية)

المشكلة الحقيقية
(جذور المشكلة)



حالة عملية لمشكلة تسويقية

الإثنين، ٣٠ آذار، ٢٠٢٠

ما وقعت فيه الشركة بعدم التزام بمبادئ الإدارة العلمية ؟ (فصل الإدارة عن الملكية) .

أنشطة التسويق



أنشطة
الإنتاج

الأنشطة المالية
والمحاسبية

أنشطة الموارد البشرية

المتغيرات البيئية للشركة

- المنافسة
- المؤثرات الاقتصادية ECONOMIC
- البيئة الاجتماعية SOCIAL
- البيئة التكنولوجية والتقنية TECHNICAL

المزيج التسويقي المتكامل 4P,s

التوزيع

- الوقوف على أفضل المنافذ الممكنة لتوزيع منتجات المنشأة .
- تحديد اختيار الموزعين .
- تحديد أماكن منافذ التوزيع الخاصة .
- تقييم علاقات المنشأة بالموزعين .
- متابعة التوزيع المادي (المخازن ، النقل ، الخ)
- هو امش قنوات التوزيع

المنتج

- الجودة – المواصفات
- التنوع – العلامة
- العبوة – الضمان
- الخدمة

الترويج

- الاعلان
- البيع الشخصي
- ترويج المبيعات
- تنظيم العرض
- العلاقات العامة
- النشر

التسعير

- تحديد السعر
- الخصم
- البيع بالأجل
- الترويج

