إجابات أسئلة أقيم تعلمي

التسويق

السؤال الأول:

أوضح المقصود بالمفاهيم والمصطلحات الآتية:

التسويق، الترويج، تسويق المحتوى.

التسويق: هو عملية استراتيجية متكاملة تهدف إلى التعريف بالمنتجات أو الخدمات، وفهم احتياجات العملاء، وتلبيتها بطريقة تجذبهم وتكسب ثقتهم.

الترويج: هو مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى تعريف العملاء بالمنتج أو الخدمة وإقناعهم بشرائها باستخدام وسائل مختلفة مثل الإعلانات والعروض.

تسويق المحتوى: هو تقديم محتوى مفيد وقيّم (مثل المقالات والفيديوهات) لجذب العملاء وبناء الثقة معهم بدلًا من البيع المباشر.

السؤال الثاني:

أعدّد المراحل الثلاث لتطور علم التسويق.

- مرحلة التوجه الإنتاجي.
- مرحلة التوجه البيعي.
- مرحلة التوجه التسويقي الحديث.

السؤال الثالث:

ما التحدي الأكبر الذي يواجهه المسوقون عند التحول من التسويق التقليدي إلى التسويق الرقمي؟ أبرر إجابتي.

التحدي الأكبر هو مواكبة التطور التكنولوجي وفهم الأدوات الرقمية؛ لأن التسويق الرقمي يتطلب مهارات تقنية وتحليل بيانات، إضافة إلى المنافسة الكبيرة عبر الإنترنت.

السؤال الرابع:

أعلل ما يأتي:

1- إن تكوين علاقة مستدامة مع العملاء أهم من زيادة المبيعات على المدى القصير.

لأنها تضمن استمرار التعامل وبناء الولاء والثقة، مما يؤدي إلى أرباح طويلة الأمد.

2- من المهم تحديد السعر المناسب في المزيج التسويقي لتحقيق أهداف الشركة.

لأنه يؤثر في قرار الشراء، ويجب أن يوازن بين جذب العملاء وتحقيق الربح.

3- التسويق الرقمي أكثر فعالية اليوم من التسويق التقليدي في الوصول إلى الفئة المستهدفة.

لأنه يصل بسرعة إلى عدد كبير من الناس، ويتيح التفاعل المباشر مع العملاء، واستهداف الفئات بدقة.

السؤال الخامس:

1- أقارن بين التوجه الإنتاجي والتوجه التسويقي الحديث من حيث التركيز على العملاء، واحتياجات كل منهم.

وجه المقارنة	التوجه الإنتاجي	التوجه التسويقي
التركيز	الإنتاج وزيادته	العميل واحتياجاته
الاهتمام بالعميل	ضعيف	كبير
الهدف	بيع أكبر كمية	إرضاء العميل وبناء علاقة

2- أقارن بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي من حيث قنوات الوصول، وطريقة التفاعل مع العملاء.

وجه المقارنة	التسويق التقليدي	التسويق الرقمي
قنوات الوصول	التلفاز، الصحف، الإذاعة	الإنترنت ووسائل التواصل
طريقة التفاعل مع العملاء	محدود	مباشر وتفاعلي

السؤال السادس:

أختار رمز الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

1- المرحلة التي يصبح فيها العميل محور العملية التسويقية هي:

أ) التوجه الإنتاجي.

ب) التوجه البيعي.

ج) التسويق التقليدي.

د) التوجه التسويقي الحديث.

2- جميع ما يأتي من أهداف التسويق الأساسية، ما عدا:

أ) زيادة حجم المبيعات.

ب) مد جسور الثقة مع العملاء.

ج) تحسين كفاءة الإنتاج فقط.

د) تعزيز الهوية والعلامة التجارية.

3- يطلق على التسويق الذي يركز على تقديم محتوى قيم لجذب العملاء اسم:

أ) تسويق المحتوى.

ب) التسويق الرقمي.

ج) تسويق العلاقات.

د) التسويق التقليدي.