

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:إشهار

المحاضرة السابعة:الترويج

ماهية الترويج:

تعريف الترويج:

تعريف كوتلر : "الترويج على أنه"نشاط يتم ضمن إطار الجهود التسويقية، وينطوي على عملية إتصال إقناعي".

الترويج : " هو جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين و محاولة إقناعهم بشراء المنتج ، و يشمل الاعلان البيع الشخصي، أدوات تنشيط المبيعات و العلاقات العامة.

على ذهن المستهلك بما يقوده في النهاية الي تصرف سلوكي باتجاه السلعة او الخدمة التي يروج لها، والذي يعبر عنه في العادة بالسلوك الشرائي.

تعريف كينكيد (kinkid) الترويج هو نظام متكامل يقوم على أفضل المعلومات من السلعة أو الخدمة بأسلوب اقناعي الى جمهور مستهدف من المستهلكين، لحمل افراده على قبول لسلعة او الخدمة المروج لها.

تعريف ستانلي (Stanley) إن الغرض من الترويج هو نقل المعلومات عن سلعة او خدمة بأسلوب اقناعي مصمم وموجهه للتأثير.

انطلاقاً من التعاريف يمكن القول ان الترويج هو: هو كل نشاط تمارسه المؤسسة من أجل الاتصال بالمستهلكين، تعريفهم بمختلف الخدمات المقدمة و السلع الموجودة، لفت الانتباه و إثارة الاهتمام حول لسلعة وخاصة عندما تكون هناك سلع منافسة أخرى؛ تغيير الاتجاه وخلق التفضيل لدى المستهلك.

أهداف الترويج:

1/ امداد المستهلك الحالي والمرقب بالمعلومات عن السلعة، وهذا هدف مهم خاصة عنه، تقديم السلع الجديدة، لأنه يتضمن خلق المعرفة لدى المستهلك عن هذه السلعة وبتشجيعه على تجربتها.

2/ المساهمة في تحقيق الاتصال والتفاهم بني البائع والمشتري رغم بعد المسافة بينهما.

3/ تنوع وزيادة عدد الافراد الذين يتصل بهم المنتج.

4/ تغيير الاتجاه وخلق التفضيل لدى المستهلك، يستخدم الترويج لتكوين شعور ايجابي نحو السلعة أو الخدمة المراد التعرف عليها، ليتمكن المستهلك المقارنة بين البدائل المختلفة من السلع المنافسة.

وظائف الترويج:

- خلق الرغبة بالوصول الى المستهلكين والى مشاعرهم و متطلباتهم ويقوم رجال التسويق المستهلكين و كل ما يحتاجون اليه.

- تعريف المستهلكين السلع الجديدة، أسعارها واحجامها والضمانات التي تقدم مع السلعة.

- زيادة المبيعات أو المحافظة على حجم كبير منها.

- ساهم الترويج في الحفاظ على مستوى الوعي والتطور في حياة الافراد وذلك من خال ما يمدهم من معلومات وبيانات عن كل ما يتعلق بالسلع والخدمات وكل ما هو ذو فائدة لهم.