

## حالة الشركة الخليجية المحدودة

تتمتع الأسواق حالياً بحالة ملحوظة من الازدهار والنمو الجوهري في مبيعات معظم الشركات، إلا أن " الشركة الخليجية المحدودة " لم تحقق إلا ٣٥% فقط من حجم المبيعات المقدر لها خلال النصف الأول من الموسم البيعي، مما أزعج القائمين على الشركة، فقاموا بتشكيل لجنة من خبراء متخصصون في مجال التسويق لدراسة الموقف، واقتراح ما يناسب الشركة لتدارك الموقف خلال النصف الثاني من الموسم البيعي.

ومن خلال دراسات ومناقشات اللجنة تبين أن الشركة تقدم مزيجا تسويقيا واحدا لجميع عملائها دون التمييز بينهم، وأن معظم العملاء يطالبون بتخفيضات جوهرية في سعر السلعة التي تقدمها للشركة، وينصح بعض أعضاء اللجنة بضرورة تخفيض سعر السلعة الرئيسية للشركة طالما أن هذا مطلب أساسي للعملاء.

### الأسئلة:

١- اذكر مؤشرات انخفاض الأداء التسويقي للشركة خلال النصف الأول من الموسم البيعي.

الشركة لم تحقق سوى ٣٥% من حجم المبيعات المقدر.

٢- ما هي الآلية التي اتبعتها الشركة لدراسة مشكلاتها التسويقية؟

تشكيل لجنة من خبراء متخصصين في التسويق لدراسة الموقف واقتراح الحلول المناسبة.

٣- أوصف جوانب القصور التسويقي التي تري أن الشركة تعاني منها.

- الشركة لم تقم بتصنيف عملائها، ولم تقم بتجزئة السوق وتعامل مع جميع عملائها بنفس المزيج التسويقي.
- الشركة غير فعالة في واحد أو أكثر مما يلي:
- الشركة غير فعالة في أنشطتها الترويجية؛ فرما لم توضح وتبرر للعملاء أن ما يحصلون عليه من الشركة يبرر ويقف التكلفة التي يتكبدها.
- الشركة غير فعالة في التسعير؛ فرما لم تراعى كل من تكلفة السلعة، أو طبيعتها، أو نوعية وخصائص عملائها، أو أسعار المنافسين الذين يقدمون نفس السلعة...
- الشركة غير فعالة في أنشطة التوزيع، فرما هو السبب الرئيس في ارتفاع السعر بالنسبة للعملاء.

٤- ما هو رأيك في نصيحة بعض أعضاء اللجنة والمتمثلة في تخفيض سعر السلعة الرئيسية للشركة؟

- لا يجب أن تقدم الشركة على تخفيض أسعارها؛ فعادة لن تستطيع رفعها مرة أخرى بسهولة، وبشكل عام ليس من المفضل الاستجابة هنا لطلبات العملاء فيما يتعلق بالسعر (خاصة إذا كانت الشركة أخذت الاعتبارات المناسبة عند تسعر السلعة) لما لهذه الطريقة من تأثير سلبي على الشركة ككل.

## ٥- اقترح ما تراه مناسباً لمساعدة الشركة على زيادة مبيعاتها في الأجل الطويل.

- يجب على الشركة أن تقوم بتصنيف عملائها، وتجزئة السوق.
- يجب على الشركة مراجعة عناصر المزيج التسويقي الحالي لها؛ وتطويرها بما يمكنها من التعامل مع كل فئة مميزة من فئات السوق بمزيج تسويقي مختلف نسبياً، فالحل يكمن في محاولة الحصول على المزيد من العائدات من كل عميل بالتحفيز، فمثلاً يمكن للشركة:
  - البحث عن طرق أخرى لإقناع العملاء بالشراء، مثل تقديم خدمة أفضل.
  - توفر أفضل الشروط التجارية للعملاء، مثلاً: منحهم وقتاً أطول لسداد، أولوية في التسليم أو تفكر في منحهم هدية صغيرة مع كل عملية شراء.
  - الاعتماد على سياسات توزيع و منافذ توزيع أفضل من تلك التي يتم الاعتماد عليها حالياً.