

MKET130  
Lecture Notes Ch1

Nadine S Taleeb

# Principles of Marketing

## Chapter One

### Creating customer value & Engagement.

\* الآن الرصيد للترويج هو Philip Kotler  
\* أساس التسويق هو الزبون من هم المورد.  
- الرضا الزبون هو المهم.

\* Marketing: فهم الزبون وتوحيده  
أنتجوا لازم اعرف أهمية المنتج

\* Homework: كيف الرضا الرضا  
توحيده أنتجوا

\* Customer: الزبون / من يشتري المنتج

\* Consumer: الزبون / المستهلك يشتري ويستخدم.

\* Market place: السوق

\* Target Market: الفئة / فئة الزبائن

\* كل الشركات الناجحة لديها شيء واحد مشترك

Customer focus الرضا الزبون

أهمية الزبائن ومنتجاتهم تجعل منتجك بالعلامة التسويقية.

لازم اهدف فئة الزبائن المراد رضاها

Build lasting

**Marketing** : engaging customers and managing profitable customer Relationship

\* الربحية المتوخاة من العلاقة التي يخلقها مع  
الزبون المبرمج مع الزبون الراسم

ال Marketing موجودة حياتنا بشكل متعمد

**Marketing** : The process by which companies engage customer, Build strong customer Relationship & create customer value.

Marketing Process \* لخلق Customer value

① Understand the marketplace and customer needs & want.

Design Customer Value ② Driven Market strategy.

③ Construct integrated program that delivers Superior value.

④ Build profitable Relationship & create customer delight.

⑤ Capture value from customers to create profit & customer equity.

الزبون D - الربح جاهز - needs / الربح دون الحاجة - wants  
الطلب - Demand - اشتري

② الخطوة الثانية : استراتيجيات الترويجية / ترويجية  
صفوات طويلة الأمد للوصول للهدف الترويجي  
لكنه فاني - الاصح كيف الترويج به يا عمي عنانه ألفتة

③ الخطوة الثالثة : بناء برنامج ترويجي متكامل  
أصله قيمة للترويج زيارة منه انما يستند ب four Peices  
Product منتج أو فكرة / Price / Brands  
Place / Promotion.

④ الخطوة الرابعة : الحفاظ على علاقات مع الزبون  
صدوله من اى وجه

⑤ الخطوة الخامسة : ردة فعل الزبون  
بدني اوجد منه الزبون value منه دايمًا مصري  
رضيل مصري / يرجع لي تعامل معي / يعني للناس عن الشركة تاعني

Marketing : Creating value for customer  
Capture value from customer.

الخطوة الأولى : Needs : states of deprivation  
Wants : from that needs  
Demand : ...  
الرائية

\* Market offerings :  
 المنتجات، عروض  
 الأفكار، المعلومات، التجارب، خدمات، رعاية الزبون  
 كل شيء يباع - أماكن - منتجات - أفكار - خدمات  
 خدمات - خدمات توصيل - بحوث (معلومات) أو خدمة

Marketing myopia :  
 يتركز فقط على المنتج :  
 هو عبارة عن  
 نظرة ضيقة للنظر  
 لتسويقية،  
 losing sight :  
 نفق البصيرة

\* Customer value & satisfaction

customers

Value & satisfaction

ألا أعطيت الزبون دائماً  
 Value عالية وخدمة جيدة  
 أعطيه أقل بعد طلب  
 أكثر دمع يتوقع  
 الزبون  
 ادعوا الناس باللباقة  
 عليه وكل فتنة  
 أعطوا زيادة مستوى  
 (للعمالة)  
 صناعة عارلة

Marketers

Set the right level of expectation

علاوة يكون هناك لخدمة التوقعات  
 كإهم أهم مستوى معين من توقعات  
 الزبون وما يفضل طلب مستوى أعلى  
 طلب قدرتي

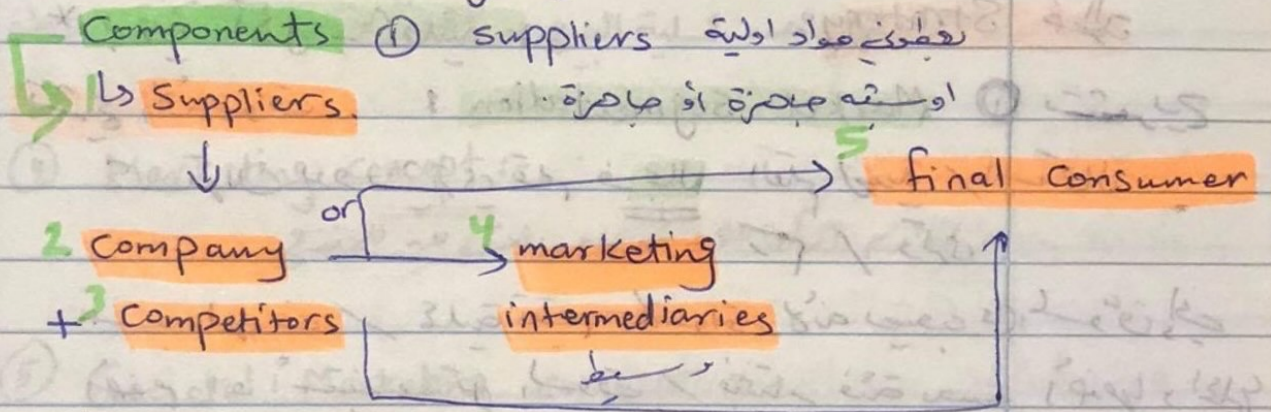
\* Exchange & Relationship

Exchange: عملية تبادل بين البائع والمشتري  
 تبادل قطعاً أو مقابل منتج من الأجزاء  
 بالأوراق أو ادخال

Exchange Relationships

Markets place / Customer Needs

Modern Marketing system :-



Major environmental forces

في التسويقية يعتمد الطريقة حسب اذا كانت شركة  
 تارة على انها تتواصل مع جميع الزبائن ونفهم توبلهم  
 فالأمر ال Final consumer أما اذا لا  
 فالأمر الوسيط intermediaries

Quiz #1 → Chapter 1 google form.

\* خطوة رقم (2) Market process

# Designing a Customer Value - Driven Marketing Strategy.

Marketing Management: Art + Science  
علم و فن

علم : عبارة عن كتب ودراسة في الجامعة وله نظرياته  
فنه : لأنه كل حالة من حالات التسويق لابد ان يكون منها  
Creative

1) Choosing target market

2) Build profitable Relationship

\* بدرى اهل - علمية - Strategy: خطوات

تشرح الأسواق : Market segmentation 1 شرح

تتملك بدرى قلم و جمل العلم لدية / استحال  
رسم / دلي

حبه الهدف / عملية تقسيم الأسواق لأنه يصعب على الأسواق في  
أهم او أستفيد من كل الوقت / فبالتالي فئة معينة أهمها والآخر  
منه ما يكون زي غيري / كتبه عندي Marketing  
لازم اتقيد عن غيري

2) Target Marketing & segmentation

شركة الأسواق حبه الجنيه أو الدرهم  
فبالتالي Target منه

\* Choosing value proposition

ما اضرار الفئة الهدف بي اعطيه اسني غير منه فوجد عند  
غيري / مجموعة من Benefit موجودة في المنتج اللي  
بي اعطيه للفئة و منه فوجد عند غيري

Needs

## توجهات Marketing Management Orientation :-

عنه كل الخيارات التسويقية والمنتجات

يوجد 6 توجهات للـ Marketing

### ① Production concept :-

الخيار التسويقي يكون عكس اتجاه الإنتاج ويعطى للعميل

### ② Product concept :-

التفكير على المنتج نفسه / features + quality / مميزات نوعية

### ③ Selling concept :-

استراتيجية عملية البيع و US ، حيث أكثر كفاءة في البيع

### ④ Marketing concept :-

الالتزام الأكثر على العميل التسويقي للمنتج

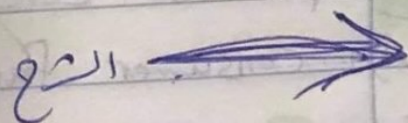
### ⑤ Societal Marketing concept :-

الالتزام الأكثر على الناس والمجتمع (utilans)

### ⑥ Interaction concept :-

التركز على العملية التبادلية (الوجه والمنتج)

\* ظهر مع مواقع Social media





Oreintations

شرح بالتفصيل

1) Production Concept - نوعية الاداري  
 consumer will favor products  
 • Available • Highly Affordable  
 متوفر وسه ما يروح  
 سعر منتج  
 بقدر استثنائه

Example 8 Need / منتج اساسي / الخير

\* اذا + جودة فيه، النوعه منتج على / لاها ما ترتبط لكل المنتجات  
 بوقع ب (م) اة زبانه + Marketing myopia

زكي قليلا : صناعة كى سات، البلاستيك بأرضه جرها منتج  
 وبيدك م ابيع 5 ب 1. استتري فاكهة اولاليه بعر منتج و رول  
 ابلاستيك الكسبه (اوفر) و ابيع ال 7 ب 5 كترهم حقاظه  
 ركزت على الإنتاج مة على جودة المنتج على صيكة ووقت  
 Marketing myopia ← Affordable & Available  
 بامدركت على need لانه جودة قليلة (quality)

الكل

- 1) أثر ربط ال Quality
- 2) اعتر ال orientation

2) Product concept 8 - أثره على المنتج

Consumer favor product -  
 • most quality • performance • features  
 ادراكى  
 مميزات غير موصوفة  
 عند عترك  
 نوعية عالية

2

Product improvement

Marketing myopia

المنتج

مثلاً

بعض الشركات

التي تركز على المنتج ونسبة حصة الربح / نسبة الربح

الخطأ

مثلاً LG (البلاستيك الجراي / سواروفسكي الحماص

اشتهرت بالعمارات والتخيلج - رانزوي (النوعية والحيزات

والاداء العالي / ما عرضوها على العيون (الضفة) عرضها

على فئة غلط ووقعوا Marketing myopia

### 3 Selling Concept

\* انما ما راو تشتري الا اذا عطيت عرف

مثال 4 كلب فايونيند - اكيه عليهم عرف

Large scale

Promotion

\* الهدف به اتبع / الذي به اتبع بكميات كبيرة

Selling list

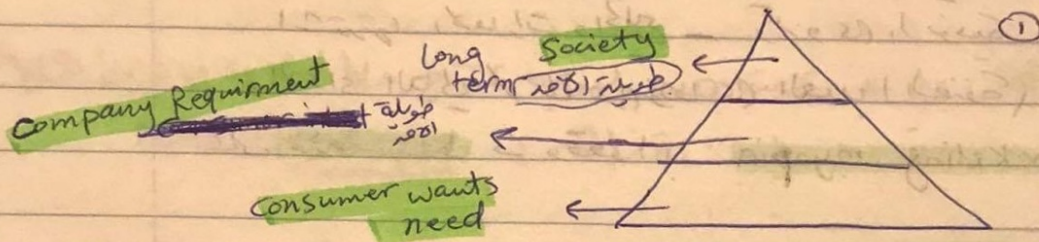
Gucci

4 Marketing Concept :-

Needs for target market  
 Wants Satisfaction  
 حاجات

Better الهدف : اقل منتج كلفة مع كفاية  
 كوني بحرف اكثر حاجات المستهلك

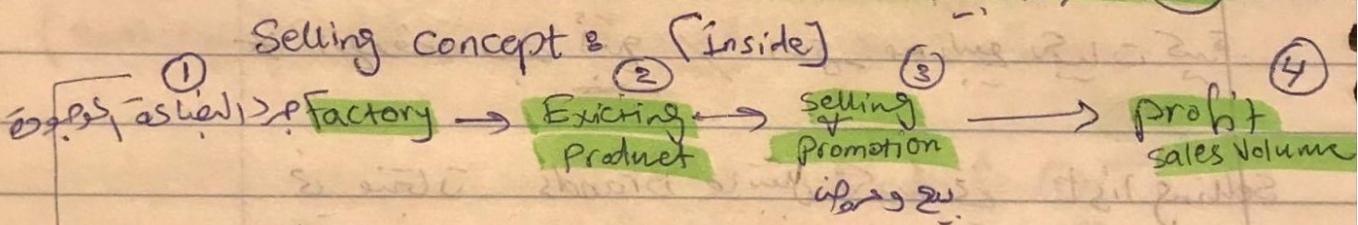
5 Societal Concept :-



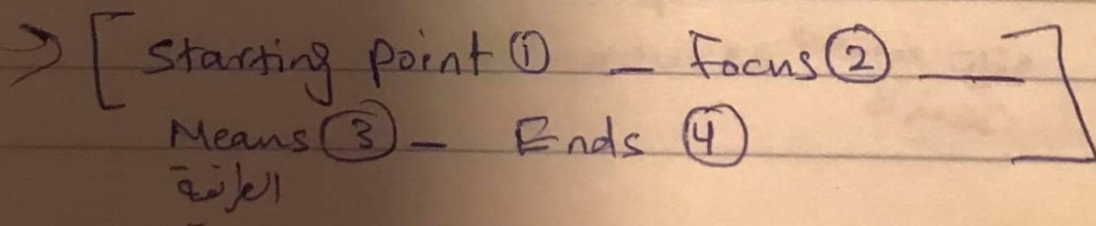
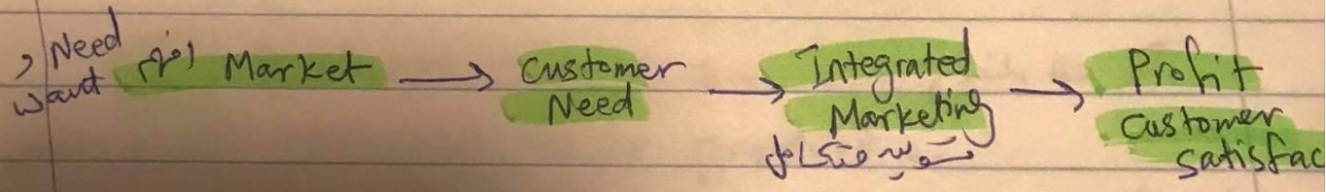
قد تكون الحاجات والمطالبات

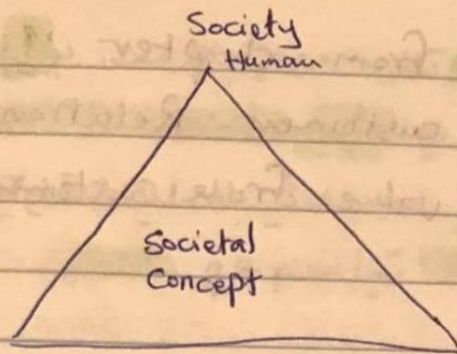
Customer في كل وقت  
 Societal Marketing Needs

Important  
 الفهم



Marketing concept [outside]





• من وجهة النظر المجتمعية، والكود أيضاً لشركة والزبائن  
 • مسؤولية مجتمعية رئيسية التي الشركة والزبائن والبيئة

① Marketing Mix :- (Four Ps) أدوات التسويق

product, Price, Promotion, place  
 منتج سعر طريقة الترويج مكان البيع

② Integrated Marketing Program :-

علاقة بين برامج التسويق متكامل

له اعتراف تباين مع السعر + طريقة الترويج + طريقة العرض  
 لازم اعماله خطة شاملة Comprehensive

delivers & communicate

تصال وتفاعل

لازم ربط قيمة عالية للربح

عن طريق الشركة لا Need الاشارة التي تحتاجه

objective 3

Done

Objective 4 from chapter 1

- \* Building customer Relationship
- \* Capturing value from customers.

\* Building customer Relationship

Customer Relationship Management -

① Building + maintaining profitable

customer relationship. علاقة (البناء) على

مربحة طويلة الأمد مع الزبون عن طريق (عرف حاجة الزبون

اكتنهه، لتنافس على اوصول. Satisfaction.

Relationship Building Blocks ادارة العلاقات مع الزبون

Customer perceived

Value اعطى الزبون قيمة

① - الفوائد  
total customer perceived

Benefit + Customer

Cost ② من وجهة نظر الزبون

Benefit < اذا كان حرجا

Customer perceived value ↓

Customer

Satisfaction

① extent perceived

Performance + Buyer's

② expectations.

① اداء المنتج

+ الاداء العقلي المشتري

② مع توقعات المشتري

∴ الترقاق < الاداء العقلي

satisfaction ↓

∴ الاداء < الترقاق

Delight ← Satisfaction ↑ ← اذا كان على كثير يفتح

∴ Customer perceived value



مثال : ابيك تلفون مبيع الالاتو ب 4 عليه

لا أنته به لأنه  $Cost > Benefit$

اذا طاله باخر ربك بالعلمة القليلة

لا  $Benefit > Cost$  تيا مع  $Cost$ .

∴ Customer satisfaction:

Performance < expectation ∴

Dis is satisfaction لا يكون

اذا كانت  $expectation < performance$

satisfaction.

اذا كان الاداء عالي جداً يكون Delight.

\* Customer Relationships levels & Tools.

(1) Basic Relationship (قليل) برى من الزبون low margin customer.

(2) Full partnership : زبون دائم برى منه (كثير) High margin

(3) Frequency Marketing Programs

(Reward) كمن اعطى الزبون نقاطا على اشي هدايا

نه العلامة دائمة لازم اعرف Needs للزبون

\* Engaging customers :-

لما يتشارك معي في العملية

التسويقية

الاحسن استخدام الزبون معي في

العملية التسويقية زي Bloggers

Social Media عنانه العملية التسويقية

زي Feed Back تابع الزبون مقابل نسبة . لان الناس بعدوا الزبون

احسن من البائع الزبون

17

\* Consumer generated Marketing

التسويق المولد من قبل الزبائن

① invite to share  
مات مقابل نسبة

Brand exchanges created By customer themselves.

② Uninvited  
ومرات كالمهم  
من قبل الزبون  
بدونه مقابل

بعد الزبون شريك

\* Partner Relationship Management :-

المستوى يعمل جنباً لجنب مع الكومباني

لعملو تسويق المنتج ( بالخدمات )

③ يعني الزبون يبيع زي بانه شائين

18 \* Customer life - time value

① الزبون دائماً على حق Customer Always Right

② اذا كان الزبون خاطئ في امره القاعد لاولي

\* عنان الزبون ما يتركني / وفاء الزبون الولاء

\* بدي أفضل الزبون شترى منه عندي طول فترة حياته

\* Share of customers :-

صه لهم قدي الزبون يجب أن يبيع  
الهم قدي شترى منه قدي

إذا شترى كل المنتجات معناها زبونة دائمة

share of customer ↑ High

share of customer ↓ إذا شترى منتج واحد

Capturing

loyalty

\* customer equity :-

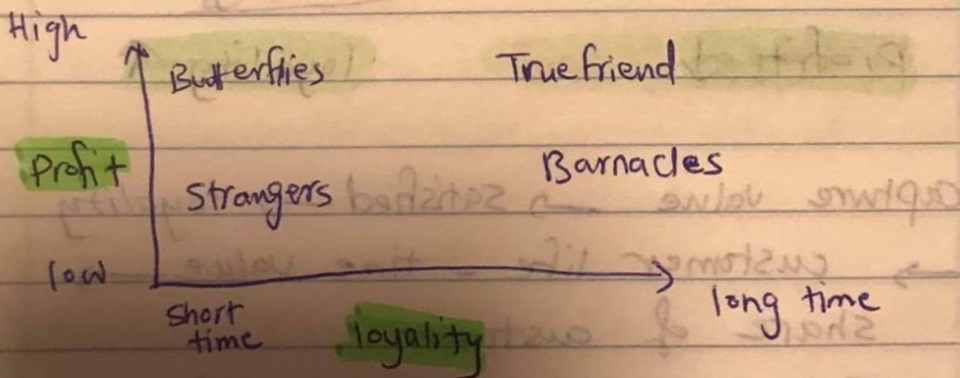
إذا عجت زبانه شتروا من طول حياتهم

لصير عندي customer equity زبانه

أبدا المال (الحد) الزبانه الدائم

customer equity ↑ Customer life time value ↑

\* Building Right Relationship with Right Customers.





المستثمرين ← investors

① Butterflies - زبون عابث بطير  
 زبون يبيع مرة وبماز ما يرجع  
 بدي اخلية يرجع من فلك استراتيجيات.  
 عارفين  
 بيع  
 good fit      profit ↑ High      loyalty ↓ Short-term

② True - friends يبيعون شئرو داغاً  
 وينهمو غيرهم بالكل  
 Strong fit      profit ↑      loyalty ↑  
 ↑ [Full partnership]

③ Strangers يبيعون وعابثوا بكميات  
 لانهم طابقتهم و الفوائد ناعوم قليل.  
 اول مو بيعو  
 profit ↓      loyalty ↓  
 exp Supermarket on Road.

④ Barnacles لا يخطو رجليه يبيع  
 وعضوا ليا      loyalty /  
 (No fit)      لانهم اطرهم firing  
 True friends      بطلتة منية عنده ما ياتروا  
 profit ↓      loyalty ↑

① capture value → satisfied → loyalty  
 → customer life - time value →  
 share of customer.

② Technology → global Markets →  
 Environment + Social Responsibility.

End of chapter 1

## \* Changing Marketing Landscape :-

→ Digital , online , mobile , Social Media Marketing.  
التكنولوجيا كمنية التفاعل مع بعض / التسوية . online .

online

- ① Digital & Social Media Marketing :-
- ② Social Media
- ③ Mobile Marketing

القيود

• Not for profit marketing growth.  
مؤسسات ، الربحية / غير ربحية .

• Rapid globalization

اصبح هناك عولمة سريعة .

• Sustainable Marketing

اصبح هناك حاجة لاستدامة ، لتسوية / قدرتها ، لتسوية

لكونه اقلهمز و تخفلات تخدم لسيئة . للاطفال الاتيهم مثلاً

و المجتمع و ، لاهنا .

End of chapter 1