

طرح درس بازاریابی صنعتی و خدمات



مدرس: ملیحه سیاوشی

دوره تحصیلی: کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی سال تحصیلی: نیم سال دوم 1402-1403

مطالب مطرح در این درس طی دوره

حوزه	محور	مباحث	توضیحات	
بازاریابی صنعتی	مفهوم و گستره بازاریابی صنعتی	- ماهیت بازاریابی صنعتی	فصول 1 و 2 و 3 هانت و اسپه	
		- تفاوت بازاریابی صنعتی با بازاریابی مصرفی،		
	برنامه ریزی استراتژیک در بازار صنعتی	- رفتار مصرف کننده در بازارهای صنعتی		
		- فرایند خرید سازمانی		
	تدوین استراتژی بازاریابی صنعتی	بخش بندی و تخمین تقاضای بازار		فصل 4 هانت و اسپه
		مدیریت محصول، مدیریت نوآوری و توسعه محصولات جدید	ارائه تمرین های 1 و 2	
		مدیریت کانال توزیع، استراتژی های تجارت الکترونیک		فصول 8 و 9 هانت و اسپه
		مدیریت زنجیره تامین و استراتژی قیمت گذاری		فصول 11 و 12 هانت و اسپه
		ارائه تمرین 3		فصول 13 و 14
		ارتباطات بازاریابی صنعتی، تبلیغات و پیشبرد فروش، فروش شخصی		فصول 15 و 16 هانت و اسپه
ارائه تمرین 4				
بازاریابی خدمات	آشنایی با محصولات، مشتریان و بازارهای خدماتی	مفهوم خدمات، و بازاریابی خدماتی، رفتار مشتری در بستر خدمات	فصول 1 و 2 و یرتز و لاولاک	
		بخش بندی، هدف گذاری و موقعیت یابی در بازارهای خدماتی	فصل 3 و یرتز و لاولاک	
	آمیخته بازاریابی خدمات 4p+3p	توسعه محصولات خدماتی، توزیع خدمات		فصول 4 و 5 و یرتز و لاولاک
		ارائه تمرین 2		
	ارائه تمرین 3	قیمت گذاری خدمات و ایجاد تعادل میان تقاضا و ظرفیت تولید، پیشبرد خدمات و آموزش مشتریان		فصول 6 و 7 و یرتز و لاولاک
		مدیریت مواجهه ی مشتری: طراحی فرایندهای خدماتی، متوازن کردن تقاضا و ظرفیت		فصول 8 و 9
		ساخت محیط خدماتی، مدیریت منابع انسانی خدمات		فصل 11
	ارائه تمرین 1			

منابع اصلی

- **Business marketing management (b2b)**, Michael D.Hunt & Thomas W. Speh, 10th edition, South-Western Cengage Learning.
- **Essentials of services marketing**, Jochen Wirtz, Christopher Lovelock, 3rd edition. Pearson Education Limited

منابع کمکی

- بازاریابی صنعتی، نوشته سید رضا سیدجوادین و محمد رحیم اسفیدانی
- بازاریابی صنعتی نوشته کریشنا هالوادار، ترجمه ی محمد علی عبدالوند و هاشم نیکومرام
- بازاریابی شرکتی، اصول و شیوه های عمل؛ نوشته ی فرانک جی. بینگهام، راجرگومز و پاتریشیا ای. نالز؛ ترجمه ی مجید نوریان
- بازاریابی خدمات، نوشته لان روسکین براون، ترجمه وحید شرفیان و علی اصغر ترکی سمایی
- بازاریابی خدمات، نوشته امیر اخلاصی

نحوه ی ارزیابی:

- مشارکت در مباحث کلاس **1** نمره
- تمرین های طی ترم **8** نمره
- پایان ترم (ارزیابی تئوریک، از مطالب ارائه شده در کلاس می باشد) **11** نمره

توضیحات:

- گروه های دو نفره تشکیل دهید و اسامی گروه ها را به استاد اعلام کنید. انجام تمرین ها به صورت گروهی خواهد بود.
 - هر تمرین باید الزاما در جلسه تعیین شده در طرح درس، ارائه شود. به تاخیر افتادن ارائه تمرین منجر به کسر نمره از گروه خواهد شد.
- تمرین های مربوط به بخش بازاریابی صنعتی
- 1- فرض کنید شرکت پست جمهوری اسلامی ایران به دنبال ارائه خدمات لجستیکی است. با مراجعه به سایت شرکتهای UPS و فدکس گزارشی از خدمات لجستیکی این شرکتهای ارائه کنید. بر اساس این گزارش، چه توصیه ای به شرکت پست دارید. کدام شرکتهای مشتریان بالقوه شرکت پست خواهند بود و چگونه آنها را طبقه بندی می کنید؟ (برگرفته از کتاب سید جوادین و اسفیدانی)

2- در متن درس راجع به شرکت تتراپک، که برای مشتریان تبلیغ می کند مثال زده شد، چه شرکت‌های دیگری را می شناسید که محصولات صنعتی خود را در بازارهای مصرفی تبلیغ می کنند. نمونه ای از تبلیغات این شرکتها را در کلاس ارائه کنید و توضیح دهید چه تاثیری بر فروش آنها در بازارهای صنعتی دارند. (برگرفته از کتاب سیدجوادین و اسفیدانی)

3- این تمرین با هدف درک سیستم توزیع شرکت‌های صنعتی طراحی شده است. یک شرکت صنعتی (شرکتی که عمده ی مشتریان آن، خریداران صنعتی هستند) را انتخاب کنید و به سوالات زیر درباره ی این شرکت پاسخ دهید. این اطلاعات را می توانید با پرسش مستقیم از خود شرکت (در صورت امکان)، مشتریان شرکت، سایر اعضای موجود در کانال توزیع در آن صنعت، و یا جستجو در وب سایت شرکت و وب سایت های رقبا، آگهی های مربوط به مناقصات برگزار شده و ... بدست آورید.

- تعداد نیروی فروش شرکت ، وضعیت استخدامی آنها و نحوه ی پرداخت حقوق و مزایا به آنها، نحوه ی ارزیابی عملکرد فروشندگان، آیا دوره های آموزشی برای نیروی فروش شرکت برگزار می کنند؟ چه دوره هایی؟ تعداد نیروی فروش مورد نیاز شرکت را چگونه تعیین می کنند؟
- کانال های توزیع شرکت کدامند؟ کانال های متداول توزیع در این صنعت کدامند؟ رقبای مهم شرکت از کدام کانالها استفاده می کنند؟ آیا سیستم ارزیابی عملکرد اعضای کانال دارد؟ همکاری اعضای کانال با شرکت چگونه است؟ چه مشکلاتی در مواجهه و جلب همکاری اعضای کانال توزیع دارند؟
- با توجه به اطلاعاتی که جمع آوری کرده اید «عملکرد شرکت را در قبال نیروی فروش شرکت، ارزیابی کنید و پیشنهادات اصلاحی ارائه دهید.»
- «کانال های توزیع کنونی شرکت را ارزیابی کنید، برای تقویت عملکرد شرکت، پیشنهادات اصلاحی ارائه دهید»

4- مدیر بازاریابی یک شرکت تولیدکننده ی تجهیزات هیدرولیکی (این یک محصول پیشنهادی برای روشن شدن ذهن شماست، در صورت تمایل می توانید یک محصول صنعتی دیگر را انتخاب کنید) از شما خواسته است برای چاپ تبلیغات شرکت، مجلات داخلی را بررسی و بهترین مجله را به او پیشنهاد کنید. لازم به ذکر است که این شرکت کاملاً نوپاست و بسیاری از مشتریان بالقوه شناخت کافی از آن ندارند. بنابراین هدف اصلی شما باید افزایش آگاهی مخاطبان در مورد این شرکت باشد. لیست مجلاتی را که فکر می کنید برای تبلیغات این شرکت مناسب هستند تهیه

کنید، آنها را در دو قسمت مجلات عمودی و مجلات افقی، دسته‌بندی کنید. و بهترین مجله در لیست تهیه شده را از دیدگاه خود، همراه با ذکر دلایل، پیشنهاد دهید.

تمرین های مربوط به بخش خدمات

1- یک سازمان خدماتی که با آن آشنایی دارید و می توانید با مسئولان آن ارتباط برقرار کنید انتخاب کنید و نقشه خدمات را برای آن ترسیم کنید. در تهیه نقشه به موارد زیر توجه کنید:

الف- با توجه به خط دید، از نقطه نظر مشتری شاخص های ملموس کیفیت چه چیزهایی هستند.

ب- آیا تمام مراحل موجود در فرایند، ضروری هستند؟

پ- نقاط احتمالی بروز خطا در کجا قرار دارند و چگونه می توان آنها را از فرایند خارج ساخت و در صورت اجتناب ناپذیری آنها، چه دستوالعمل هایی برای بهبود خدمات می توان ارائه کرد؟

ت- معیارهای احتمالی سنجش فرایند چه هستند؟

2- یک شرکت خدماتی را که می شناسید انتخاب کنید و محصول اصلی و خدمات مکمل آن را مشخص کنید. یک شرکت خدماتی رقیب را نیز مشخص کنید و تفاوت محصولات اصلی و خدمات مکمل آنها را توضیح دهید.

3- صورتحساب یک خدمت را که به تازگی دریافت کرده اید، بررسی کنید و آن را از لحاظ معیارهای زیر ارزیابی کنید: ظاهر کلی و شفافیت عملکرد، اصطلاحات پرداختی قابل درک، پرهیز از اصطلاحات و تعاریف مبهم، میزان مناسب جزئیات، قیمت های پیش بینی نشده، دقت، دسترسی آسان به خدمات مشتریان در صورت بروز مشکل یا مخالفت با مبلغ صورتحساب