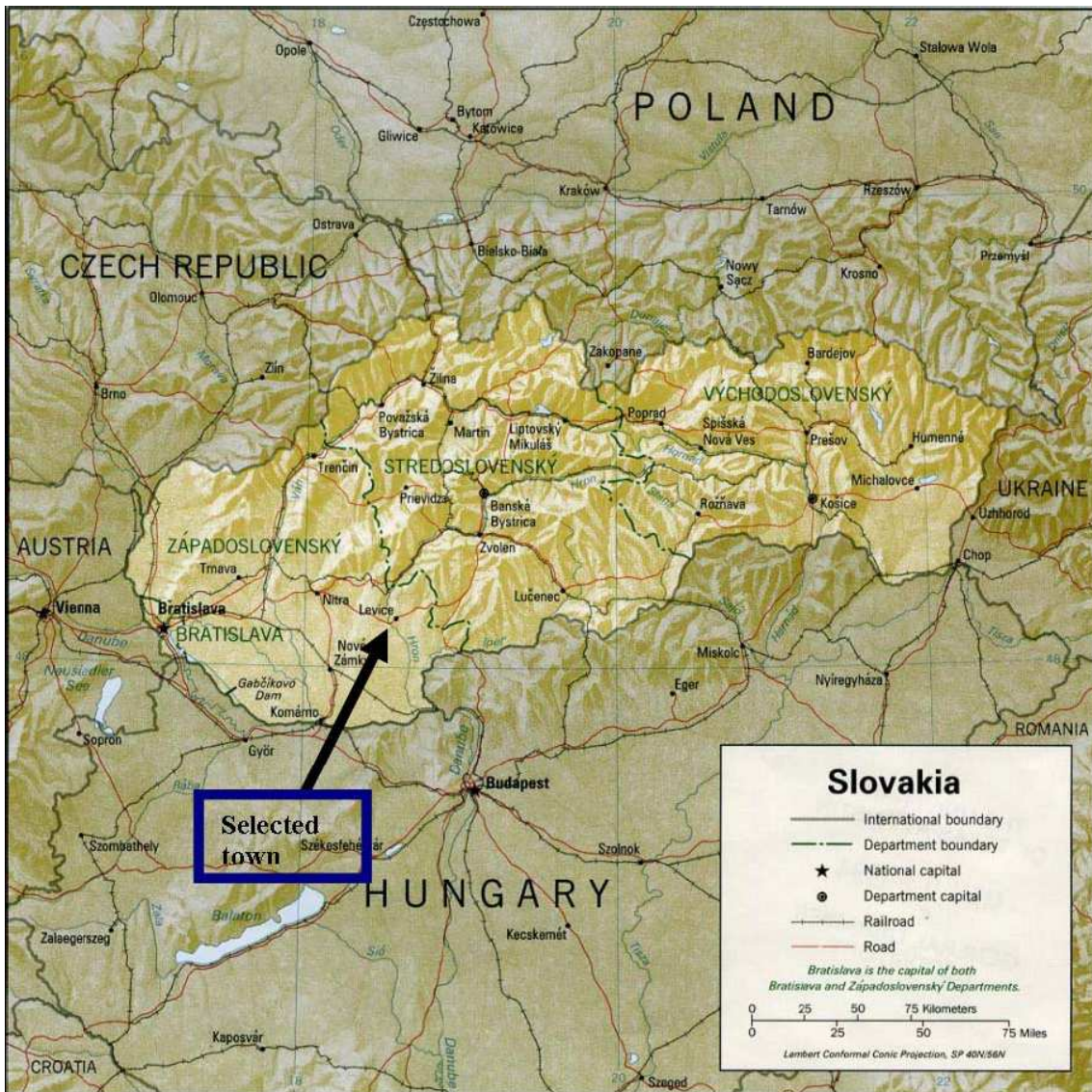


دراسة حالة (١) (Case study 1)

فوائد المعارض: إنشاء شركة جديدة للمعارض

تجرى في دول شرق ووسط أوروبا السابقة عملية تحول من الاقتصاد المخطط مركزياً إلى اقتصاد السوق، ومن شأن هذه العملية أن تؤدي إلى تغييرات في البنية الصناعية، إذ يجري التخلي عن الصناعات الثقيلة والصناعة العسكرية وأصبح يتم إنتاج السلع الاستهلاكية بمعدلات أكبر. وهناك مدينة متوسطة الحجم في سلوفاكيا (يبلغ تعداد سكانها ١٥٠ ألف نسمة) تعاني من هذه المشكلة، حيث أصبح لزاماً تحويل مجمع للصناعات العسكرية سابقاً ليصبح مجمعاً للصناعات المدنية لإنتاج السلع الاستهلاكية، ويتميز هذا المجمع بقاعات إنتاج واسعة وبساحة فسيحة.



وترغب إدارة إحدى شركات المعارض البريطانية في إقامة سلسلة من المعارض المختلفة في موقع جديد بهدف فتح سوق وسط وشرق أوروبا، فهي تعتزم إقامة معرضين محددتين خلال فترة التطوير الأولى وتخطط من ثم لإقامة معارض أخرى بعد نجاح المعرضين الأولين. فهي تبحث عن فرصة للاستثمار في موقع جديد.

أوروبا الوسطى



ويتبين من نتائج دراسة دقيقة للسوق أن هذه المدينة المتوسطة الحجم تتميز بموقع جغرافي مثالي للحصول على أكبر منطقة يخدمها مجمع المعارض.

وبعد دراسة للمنطقة العسكرية السابقة وصلت المجموعة البريطانية إلى قناعة بأنه من الممكن استغلال الموقع والمجمع الصناعي لمركز المعارض الجديد، ومن المسلمّ به أن يكون هناك بعض الاستثمار وإعادة البناء، ومن ناحية ثانية تبين أن البنية التحتية الخاصة بالطرق وحركة المرور ليست ملائمة، والوضع الراهن مفرع، وتحتاج المجموعة البريطانية قبل البدء في المشروع أن تحصل على وعد من مجلس المدينة يؤكد بأن يكون هناك استثمار حكومي في هذه المنطقة.

وقد بدأت المفاوضات مع ممثلي المدينة.



المعارض التجارية المخططة لـ"سلوفاكيا":

١- ترغب شركة المعارض البريطانية في إقامة معرض تجاري (B-to-B) لعرض المواد الغذائية والمشروبات والضيافة (FDH Slovakia)، وسيكون هذا المعرض مفهوماً جديداً نسبياً في السوق السلوفاكية ويمتد تأثيره إلى وسط وشرق أوروبا.

٢- سيتم على امتداد الخمسة عشر سنة القادمة بناء وتجديد ما لا يقل عن مليوني شقة سكنية ومنزل في سلوفاكيا مما سيؤدي إلى فتح سوق ضخمة لمنتجات الإنشاءات، ولذلك سيتم تنظيم معرض سلوفاكيا لبناء المنازل (House-Building Slovakia) والذي يشمل جميع المنتجات الخاصة ببناء المنازل، بما في ذلك التجهيزات ووسائل التدفئة والتهوية وتكييف الهواء.

سرعان ما أدركت إدارة شركة المعارض أن محاورهم ليس لديهم أية فكرة عن الفوائد الاقتصادية للمعارض، فهم يفضلون الاستثمارات المباشرة الخاصة بإنتاج المواد الغذائية والسلع الاستهلاكية الإلكترونية، وهنا تصل المفاوضات إلى طريق مسدود.

ويقترح الطرفان عقد اجتماع نهائي يتم فيه مناقشة جميع الحجج، وبعده يتخذ مجلس المدينة قراره بخصوص المشروع والاستثمار اللازم فيه.

ولاتزال إدارة الشركة البريطانية مقتنعة بأن الموقع ملائم لمشروعهم ولذلك ستقوم بالتحضير جيداً للاجتماع المقترح، إلا أنهم يواجهون بالذرائع التالية:

١- تحتاج شركة المعارض لعدد قليل من الناس لتنظيم المعارض، لذلك ليس هناك تأثير من حيث العمالة.

٢- العائد على الاستثمار منخفض مقارنة بالاستثمار الباهظ على البنية التحتية.

٣- معدل الاستغلال لسعة البنية التحتية منخفض نسبياً إذا تم إقامة معرضين فقط في السنة.

٤- هناك شركات قليلة في المدينة تنتمي لقطاعات السوق التي يهتما الأمر، لذلك لا ترى حاجة لمثل هذا النوع من المعارض.

٥- يصرح بعض أعضاء مجلس المدينة بأنهم لا يرون أي احتمال لإقامة معارض تجارية في المنطقة نسبة لأن الناس هنا معتادون على الإعلان في الصحف والمجلات وعلى البيع الشخصي والبيع عن طريق التلفزيون.

يرجى تحضير عرض (Presentation) يتم فيه شرح فوائد هذا المشروع بالنسبة للمدينة والمنطقة. قَدِّمِ إفادات بخصوص الذرائع/الحجج المذكورة أعلاه.

دراسة حالة (٢)

(Case study 2)

شركة كوفشيچ (Kovcheg): فتح أسواق أوروبية جديدة - المشاركة في معرض تجاري:

خلفية عن الشركة:

تم تأسيس الشركة في مطلع التسعينات في كرازنويارسك/روسيا، ولديها اليوم فرع في أومسك ومندوبين في موسكو وإركوتسك، وهي تنوي الانتشار في مدن روسية أخرى ومن ثم إلى أوروبا والشرق الأوسط والولايات المتحدة وآسيا.

وهي اليوم الشركة الصناعية الوحيدة في العالم التي تستخدم تكنولوجيا تمكنها من إنتاج مواد من الخرسانة المجدولة، وتسمى براءة اختراعها (rolled concrete) وهو مبني على حجر صناعي متين مبني على الخرسانة، مصنوع من خليط من الحصباء والأسمت والأصباغ الترابية، وباستخدام هذه التكنولوجيا تنتج الشركة تركيبات وقواعد معمارية وديكورات نموذجية مصممة لجميع أنواع المباني وبصفة خاصة لأغراض الترميم والتجديد والترزين، وتحتاج المنتجات لكثير من الشرح نسبة لأنها جديدة، والتكنولوجيا المستخدمة ليست معروفة بعد، ولا بد من استكشاف مجالات استخداماتها المحتملة، ويتركز الطلب على منتجاتها في روسيا.

واليوم تستخدم الشركة ٥٠ شخصاً.

وتضم الشركة أربع إدارات، هي: الهيئة الإدارية والانتاج والإدارة والمبيعات. وتنقسم إدارة المبيعات إلى "السوق الوطنية" التي تتعامل مع العملاء الروس و"الصادرات"، وهي المسؤولة عن الدول الخارجية.

		هيئة الإدارة		
الإنتاج البحث والتطوير والتصنيع	الإدارة		المبيعات الصادرات السوق الوطنية	

يعمل خمسة من إدارة المبيعات كمندوبين ميدانيين، واثنان منهم يتحدثون الإنجليزية وكذلك المدير التنفيذي. وترغب الشركة في المشاركة في معرض تجاري بهدف إيجاد شركاء متعاونين لبيع أجزاء من براءة الاختراع والتراخيص لاستخدام الخرسانة المجدولة.

وبالإضافة إلى ذلك ترغب الشركة في الاتصال بعملاء جدد محتملين، يكونوا أساساً من شركات البناء وممثلين للصناعة والشركات التجارية التخصصية. ويرتفع إجمالي مبيعات الشركة إلى ٨ ملايين يورو سنوياً أي حوالي ٢٧٠ مليون روبل، أما ميزانية التسويق فتبلغ ٦ إلى ٧% من إجمالي المبيعات، أي حوالي ٥٠٠ ألف يورو (حوالي ١٧ مليون روبل)، وتحجز الشركة ٢٠% من ميزانية التسويق للمشاركة في المعارض التجارية. ومع الأخذ في الاعتبار النفقات والوقت والجهد الذي يبذل فإن التكرار المثالي لمعرض تجاري هو كل سنتين، وقد تم الاختيار مسبقاً لأربع دول.

١- سؤال:

ما هي المعارض التجارية المناسبة في بلجيكا وإسبانيا وإيطاليا وألمانيا؟
 إيعاز: قبل استخدام روابط الإنترنت المختلفة (Internet Links)، قم بعمل كشف يشمل المنتجات والدول ذات العلاقة والتواريخ التي ستعنى بها. اكتب هذه الكلمات وحاول استخدامها في بحثك للإنترنت، اعمل كشفاً بأكبر عدد ممكن من المعارض التجارية وحاول عمل اختيار مسبق متبعاً المعايير التالية: التاريخ، المنتج، المدى، المجموعة المستهدفة الوثيقة الصلة بالموضوع - الزوار التجاريون، مواعيد تكرار المعرض. استخدم (الجدول ١).

٢- سؤال:

ما هو المعرض التجاري الملائم أكثر بالنسبة لشركة كوفشيغ ولماذا؟
 إيعاز: للإجابة على هذا السؤال عليك بعمل مخطط بناءً على المعايير التي تقوم باختيارها أولاً، وعليك - إذا كان من الممكن - أن تناقش قراراتك مع الطلبة الآخرين أو مع الحضور، استخدم الاستمارة أدناه، ولتسهيل الأمر عليك قمنا باختيار عدد من المعايير وحددنا لكل منها وزناً (الجدول ٢).

الجدول (١): بيانات المعارض التجارية المختارة مسبقاً

المعرض المختار				
المجموعات المستهدفة				
القضايا (المواضيع)				
نسبة الزوار التجاريين				
تكاليف مقسم العرض				
الموقع				
تكرار المعرض				

أسئلة :

- ٣- صف و اشرح استراتيجية المعرض/التسويق الخاصة بشركة كوفشيح.
- ٤- اشرح نمط المعارض المناسبة، وقدم بعض الأمثلة عن ما يعنيه ذلك لتصميم منصة العرض.
- ٥- حدد خمسة أهداف عملياتية لشركة كوفشيح.
- ٦- سجل في كشف جميع الأنشطة اللازمة لإنجاز المشاركة، وقدم عرضاً لجدول زمني متجانس مع المعرض التجاري الذي قمت باختياره.

٧- سؤال :

قررت الهيئة الإدارية العليا لشركة كوفشيج تكوين فريق مكلف (فريق مهام) للتحضير للمشاركة في المعرض التجاري في أوروبا، ومن الأعضاء الرئيسيين في الفريق مدير التسويق ومدير التصدير وموظف من إدارة الإنتاج، وقد قام كل من المديرين المذكورين بعمل بحث عن كيفية مساهمته هو وإدارته في نجاح المشاركة، وتم تقديم تلك الأفكار للفريق لمناقشتها وتحديد الخطوات التالية.

وفي اجتماع داخلي وقررت إدارة البحوث التسويقية، أن تقوم بإجراء مقابلات مع الزوار أثناء المعرض، وقد تم اختيار هذه الوسيلة نسبة لفعاليتها في ما يتعلق بجودة التعليقات وتكاليف التنفيذ، ومن شأن النتائج أن تقدم معلومات للعديد من المناطق المختلفة، لاسيما وأن الفريق المكلف يتوقع أن يحصل على إجابات عن كيفية الدخول للسوق الأوروبية بطريقة أكثر فعالية.

وتأمل إدارة المبيعات في الحصول على إجابات بخصوص وضعها التنافسي في أوروبا كي يمكنها أن تتبع الاستراتيجية التسويقية الصحيحة في المستقبل.

ويدرك فريق المهام أنه من المهم القيام بالعديد من الأنشطة الترويجية قبل وأثناء المعرض التجاري، لذلك يعترم أعضاء الفريق تطوير تصور ترويجي.

وللترويج "لتكنولوجيا الخرسانة المجدولة المبتكرة" في المعرض تقرر عقد مؤتمر صحفي، وتكفي العناصر التفاعلية للمؤتمر لتقديم هذه المادة الجديدة بالإضافة إلى تقديم الشركة الروسية لوسائل الإعلام.

وقررت الشركة عرض جميع أنواع منتجاتها وخدماتها في المعرض التجاري الجديد.

أما مهمتك فهي أن تستكشف وتستقطب العارضين والزوار لذلك المعرض، وقد تم بالفعل تحليل العارضين المحتملين وتقسيمهم إلى مجموعات (أ- عارضون مهمون للغاية، ب- مهمون، ج- أقل أهمية)، أما في ما يتعلق بالزوار فقد وصلتك معلومات بأن هناك عدد صغير من الزوار المهنيين وعدد كبير من الزوار الخصوصيين المحتملين ممن ليس لديك بعد أية معلومات معينة عنهم.

رجاء ضع مجموعة الأهداف التي تحاول تحقيقها وقرر أيًا من الآليات المذكورة أدناه هي الملائمة في

جميع الحالات ولمن (E: عارض، V: زائر).

٨- سؤال:

رجاءاً اختر إحدى الآليات من الجدول أعلاه التي تعتبر أنها أكثر آلية مناسبة، وحدد ما هي الآليات الفرعية التي تقترحها للوصول إلى المجموعات المستهدفة الخاصة بذلك، ثم استعرض ما لها وما عليها لتبرير اجابتك.

الجدول (٤)

الآليات الرئيسية والفرعية

الآلية المختارة	
<ul style="list-style-type: none"> • الآليات الفرعية المراد تقييمها • • • • • • 	
ما عليها (ضدها)	ما لها (معها)
النتيجة	

٩- سؤال :

عُقد المعرض لمدة ٤ أيام قام خلالها ٢٤٨ شخصاً بزيارة جناح الشركة، ٥٦ من هذه الزيارات أعقبتها مداولات مكثفة، وكانت نتائج تقييم سجلات الزوار كما يلي:

- ٨٥ زائراً (من ٢٤٨) طلبوا نشرات إضافية بعد المعرض.
 - ١٤ زائراً (من ٥٦) طلبوا تقدير تكلفة لبعض الطلبات.
 - تم التوقيع على ١٠ عقود بقيمة حوالي ٣٢٠ ألف يورو.
 - تم التوقيع على ١٥ خيار بخصوص إنتاج بعض الواجهات التاريخية للمباني، بقيمة ١,٢٥٠,٠٠٠ يورو.
 - ١٢ زائراً طلبوا الاتفاق على عقد اجتماعات إضافية في رئاسة شركاتهم.
 - ٥ زوار عبروا عن رغبتهم في أن يصبحوا مندوبين لشركة كوفشنج في ألمانيا والدول المجاورة.
- أفاد مدير المشروع بأن المشاركة في المعرض التجاري كانت ناجحة للغاية، وكان التعبير الذي جاء على لسانه صحيحاً، وهو: "المعرض التجاري يبدأ مع انتهاء المعرض".
- رجاءً ضع مخططاً يوضح أيّاً من الأنشطة يجب القيام بها بعد المعرض، حاول أن تخصص هذه الأنشطة للأشخاص المسؤولين في الشركة، تذكر أن التنقيح يضم أنشطة أكثر مما هو مذكور في الكشف أعلاه.

١٠ - سؤال :

لاحظت إدارة التسويق بعد ٤ شهور من المعرض أنه من بين الخيارات البالغ قيمتها ١,٢٥٠,٠٠٠ يورو، أمكن فقط إنجاز عقود بقيمة ٨٥٥ ألف يورو، وبالإضافة إلى ذلك تم التوقيع على عقود بقيمة ٢٥٠ ألف يورو مع عملاء آخرين زاروا الشركة في المعرض التجاري الذي عقد في نورنبرج.

رجاءً.. قم بحساب العلاقات التالية:

- العائد (١) الخاص بالمعرض التجاري.
 - العائد (٢) الخاص بالمعرض التجاري.
 - التكاليف لكل زائر.
 - التكاليف بالنسبة لكل عملية اتصال.
 - التكاليف بالنسبة لكل عميل جديد.
- أرجو أن تقوم بتفسير نتائجك وتعلق في الختام على ما إذا كان المعرض التجاري ناجحاً أم لا. كذلك تذكر أن النتائج الكمية والنوعية يجب تقييمها أيضاً.

دور المعارض في عملية التسويق المختلطة

- ١- سؤال: المعارض التجارية والمعارض الاستهلاكية أنواع مختلفة. ميّز بين النوعين وقدم مثالين لكل نوع:
- ٢- سؤال: المعرض الدولي (Expo 2005) عقد في آيشي باليابان، ما هو الفرق بين المعرض الدولي (World Expo) والمعارض التجارية العادية؟ حدد الخصائص الرئيسية للمعارض الدولية وحاول أن تحدد أي موضوع (theme) يمكن اختياره للمعرض الدولي القادم في عام ٢٠١٠.
- ٣- سؤال: قُم بتقصي أصل صناعة المعارض المعاصرة، وحاول أن تستكشف كيف عمل النظام المالي في السابق.
- ٤- سؤال: صناعة المعارض في العالم في تغير مستمر، قم ببحث أدوار كل من أوروبا وآسيا وأمريكا الشمالية بالنسبة للتطور الاقتصادي المستقبلي.
- ٥- سؤال: قم بتحضير كشف يوضح الفوائد التي تؤثر بها المعارض على مدينة أو منطقة ما. كذلك وضّح بعض الأوضاع غير المؤاتية التي تتسبب فيها المعارض.
- ٦- سؤال: وضّح كيف تقوم المعارض بتخفيض التكاليف بالنسبة للمعاملات الاقتصادية.
- ٧- سؤال: كثيراً ما تُنسب المعارض لسياسة الاتصالات (Communication) في الشركة، إلا أن هناك بعض جوانب التسويق الأخرى التي تلعب دوراً مهماً بالنسبة للمعارضين. أرجو أن توضح أهمية المعارض بالنسبة لعمليات التعاقد والتوزيع وسياسة المنتج في الشركة.
- ٨- سؤال: المشاركة في المعارض يجب أن تتبع استراتيجية تسويقية معينة تحدد النمط/الشكل الخاص بالمعرض. أرجو أن توضح مفهوم أنماط/أشكال المعارض. ماذا تقترح على عارض ما يرغب في فتح سوق دولية جديدة، ولماذا؟
- ٩- سؤال: وضّح الإمكانيات المتاحة للمعارض لتجميع مقسم العرض الخاصة به.
- ١٠- سؤال: المعارضون المحترفون يدركون أن العمل الفعلي الخاص بمعرض ما يبدأ عند انتهاء المعرض. أرجو أن تناقش لماذا على الشركة العارضة أن تقوم بتنفيذ حملة تسويقية داخلية عقب المعرض.

١١- سؤال: الآليات اللازمة لتقييم المشاركة في معرض ما هي المقابلات مع المجموعات المختلفة المستهدفة التي قمت بمقابلتها في المعرض. أرجو أن تحدد هذه المجموعات المستهدفة، وأن تقوم بصياغة خمسة أسئلة لتقدمها لهؤلاء الأشخاص.

١٢- سؤال: قام فريق المشروع التابع لعارض ما بتلخيص النتائج التالية بعد المشاركة في معرض تجاري:

- إجمالي المبيعات في المعرض: ١٥٠ ألف يورو.
- إجمالي المبيعات الإضافية بعد ٤ شهور من المعرض: ٤٥٠ ألف يورو.
- تكاليف المشاركة: ٤٥ ألف يورو.
- إجمالي المبيعات السنوية: ٨,٥٠٠,٠٠٠ يورو.
- تكاليف المشاركة في ثمانية معارض: ٤٢٠ ألف يورو.
- أرجو حساب العائد (١,٢,٣) الخاص بالمعرض التجاري وقم بتفسير نتائجك.