

الأستاذة : نسمة مهشي

مقياس: تسويق و إشهار ، السنة الثالثة اتصال، حصة الأعمال الموجهة

الفوج: 02

تطبيق : 01

دراسة حالة تسويق سيارة ليكزس

دراسة الحالة التي بين يديك تحمل الكثير من الدروس التسويقية عن كيفية الوصول للشرائح المستهدفة للمنتج، وطرق البيع لهم بالإضافة إلى العديد من فنون التسويق.

واجهت إدارة تسويق ليكزس مشكلة عند اختراع السيارة وهي كيف سوف يتم تسويق هذه السيارة، خصوصاً أن معظم سيارات تويوتا معروفة بالأسعار المعقولة والجودة المقبولة. ولكن كيف سيتم العمل على تسويق سيارة ليكزس لتكون سيارة من الفئة الفاخرة، وبالتالي لن يتمكن عملاء تويوتا الحاليين شرائها .

المشكلة التالية التي واجهها مدير التسويق، هي كيف يتم إقناع عملاء سيارة فاخرة مثل مرسيدس بشراء سيارة جديدة في السوق مثل ليكزس؟

1 - ما هي الحلول المناسبة لتسويق سيارة ليكزس ؟

2 - ما هي الأساليب التي يمكن أن يتبعها مدير التسويق لإقناع الزبائن باقتناء سيارة ليكزس؟

الأجوبة النموذجية :

- بحث مدير التسويق لتويوتا عن أسلوب لحل مشكلة الحصول على قاعدة بيانات العملاء المهتمين بالسيارات الفاخرة على مستوى العالم، وتوصل إلى طريقتين:

- عقد صفقة لشراء قاعدة بيانات عملاء "مرسيدس" باعتبارها سيارة فخمة
- تنظيم معرض للسيارات الفخمة، وكان من المتوقع أن يحضره المهتمين بالسيارات الفاخرة.

وهم الفئة التي تبحث عنهم تويوتا لتسويق سيارات ليكزس بينهم..

- على مداخل المعرض وضع مدير التسويق دفتر للزائرين لتسجيل جميع بياناتهم الشخصية وطرق الاتصال بهم، وبذلك توصل مدير التسويق إلى قاعدة بيانات العملاء المحتملين لسيارة ليكزس.

- القيام بعمل حملة ترويجية بإنتاج مقطع لا تزيد مدته عن 10 دقائق لكل عميل محتمل، يوضح مزايا وإمكانيات سيارة "ليكزس"، ونقاط اختلافها عن غيرها من السيارات في فئتها.

وبعد ذلك يتم إرسال دعوات خاصة لجميع العملاء المحتملين لحضور عرض لسيارة ليكزس في أقرب صالة عرض لتويوتا في مناطقهم .

- بعد ذلك، تحولت مهمة رجال التسويق إلى مرحلة البيع، فمع كل عميل استجاب للدعوة لم يكن إقناعه بالشراء أمراً عسيراً، حيث أضحى من العملاء الإيجابيين للمنتج.

- لم يتوقف مدير التسويق عند هذا الحد بالنسبة للعملاء الذين لم يستجيبوا لدعوته بل كلف جميع مندوبي التسويق بالاتصال بهم وعرض إرسال سيارة ليكزس لمنازلهم لتجربتها بأنفسهم وظهرت ليكزس ونجحت إدارة التسويق في إظهار مزاياها لهم، مما ساعد في زيادة شرائها.

اليوم تتصدر «ليكزس» المركز الأول بين علامات السيارات الفاخرة في تصنيف الموثوقية بحسب تقارير المستهلك الأمريكية (Consumer Reports) ، متفوقة بذلك على كافة العلامات التجارية المنافسة.