The target market

The marketing strategies of determining product, price, placement, and promotion are not planned in isolation. Marketing analysts often look at a combination of these four P's is known as the market mix. The elements of market mix focus on the consumer. In order to develop a successful marketing mix, researchers first ask two important questions:

لا يتم تخطيط الاستراتيجيات التسويقية لتحديد المنتج والسعر والتوزيع، والترويج في عزلة (بشكل مستقل). ففي كثير من الأحيان ينظر محللو التسويق الي هذا الاتحاد من الأربعة عناصر التي تبدأ بحرف P والتي تعرف بالمزيج السوق. وتركز عناصر المزيج السوق على المستهلك. من أجل تطوير مزيج السوق الناجح يسأل الباحثون في البداية هذين السؤالين المهمين:

- Who is going to buy the product?
- What is the potential to sell this product?

- من الذي سيقوم بشراء المنتج؟
- ما هو احتمال بيع المنتج؟

The group of customers or consumers who will probably buy the product is known as the target market. The company directs its marketing efforts toward this group of potential customers who form the target market. Once market researchers have determined the target market they wish to appeal to, the company can develop an appropriate mix of product, price, placement, and promotion. The company attempts to match consumer needs or mold consumer desires to the product begin offered. For example, if the target market is middle-class teenagers, the marketing mix might consist of the following:

تعرف مجموعة العملاء أو المستهلكين الذين من المحتمل أن يشترون المنتج بالسوق المستهدفة. توجه الشركة جهودها التسويقية الي هذه الفئة من العملاء المحتملين الذين يشكلون السوق المستهدفة. بمجرد أن يحدد الباحثون السوق المستهدفة التي يريدون أن تخاطبونها، يمكن للشركة وضع المزيج المناسب من المنتج، السعر، والتوزيع، والترويج. حيث تحاول الشركة تلبية احتياجات المستهلك أو تجسد رغباته في شكل منتج يمكن تقديمه. على سبيل المثال، إذا كان السوق المستهدف هو المراهقين من الطبقة الوسطى، قد يتكون المزيج التسويقي مما يلي:

Product: blue jeans
Price: with the market
Placement: department store
Promotion: advertisements on a "pop music" radio station

المنتج: الجينز الأزرق
السعر: مع السوق
التوزيع: متجر
الترويج: الإعلانات على "موسيقى البوب" محطة إذاعية

A successful marketing mix depends on the knowledge about consumers and their buying habits, gained through market research as well as correct identification of the target market. Strategies of product, price, placement, and promotion are blended in order to reach a chosen group of consumer.

يعتمد المزيج التسويقي الناجح على معرفة المستهلكين وعاداتهم الشرائية، التي يتم الحصول عليها من خلال أبحاث السوق وكذلك التحديد الصحيح للسوق المستهدفة. يتم مزج استراتيجيات المنتج والسعر والتوزيع، والترويج من أجل الوصول إلى مجموعة مختارة من المستهلكين.

1- What do the elements of market mix focus on?

2- What is the group of customers or consumer who will probably buy the product is known as?