

MARKETING

TRANSLATION INTO ARABIC

THE SOURCE TEXT

- Your **budget** has a role in your marketing decisions. It dictates how much **advertising** you buy and where you can afford to place it. The overall economy also has a massive influence on your **marketing decisions**. If you are marketing in a **down economy**, your consumers will not be willing to pay a premium for your product, and your advertising should probably point out that the product saves your customers' money, costs less than your **competitor's product**, or lasts a long time and is therefore a good value. In a **strong economy**, your strategy probably will change. You will be able to charge more, and your **ad message** may stress the pleasure or convenience your product offers your customers

MARKETING RELATED EXPRESSIONS

- 1- **budget (X)** it is not related to marketing only
- 2- marketing decision **القرارات التسويقية**
- 3- consumers **عميل**
- 4- **competitor's product** **منتج المنافس**
- 5 **ad message** **رسالة اعلانية**

- +++note the use of abbreviations ++++

TRANSLATION NO. I

- ميزانيتك لها دور كبير في اتخاذ قراراتك التسويقي. انها تخمن ما المبلغ الذي تشتري بيه اعلانات والمكان الذي تتمكن من ان تضعهم فيه. الاقتصاد الكلي له تاثير كبير على قرارات التسويق. فاذا كنت تعمل في اقتصاد منخفض فان زبونك لن يرغب بصنع علاوة لمنتجك واعدللك يجب ان يشير الى ان المنتج سيحفظ اموال زبائنك ويكلف اقل من المنتج المنافس او يبقى اطول ولهذا له قيمة جيدة. في الاقتصاد القوي فان استراتيجيتك سستغير احتمالا. ستكون قادر على تمويل اكثر ورسالتك الاعلانية سوف تركز على المتعة والاقناع الذي يقدمه منتجك للزبائن

GOOGLE TRANSLATION

- ميزانيتك لها دور في قراراتك التسويقية. إنه يحدد مقدار الإعلانات التي تشتريها وأين يمكنك وضعها. يؤثر الاقتصاد الكلي أيضًا بشكل كبير على قراراتك التسويقية. إذا كنت تقوم بالتسويق في اقتصاد متراجع ، فلن يكون المستهلكون لديك على استعداد لدفع علاوة لمنتجك ، ومن المحتمل أن يشير إعلانك إلى أن المنتج يوفر أموال عملائك ، أو يكلف أقل من منتج منافسك ، أو يستمر لفترة طويلة الوقت وبالتالي قيمة جيدة. في اقتصاد قوي ، من المحتمل أن تتغير استراتيجيتك. ستكون قادرًا على تحصيل المزيد ، وقد تؤكد رسالتك الإعلانية على المتعة أو الراحة التي يقدمها منتجك لعملائك

FINAL TRANSLATION

- ان لميزانيتك تأثير كبير على اتخاذك للقرارات التسويقية، حيث انها تحدد كمية الاعلان المشتري ومكان عرضه. ايضا يؤثر الاقتصاد السائد على بشكل كبير على القرارات التسويقية. فمثلا اذا كانت اعمالك التسويقية بمكان حيث الاقتصاد المنخفض فربما لن يرغب جمهورك المستهدف بتفضيل منتجك فهنا يحتاج اعلانك ان يركز على ان المنتج يوفر اموال الزبون وكلفته المادية اقل من المنتجات المنافسة ويبقى لفترة اطول فكل هذه الجوانب تجعل منه ذو قيمة افضل. اما في الاماكن حيث الاقتصاد القوي، عليك ان تغير من اسلوب العمل بشكل حتمي، يمكن ان تمول عمالك التسويقي بشكل اكبر ورسالتك الاعلانية ممكن ان تركز على جوانب اخرى مثل المتعة والرضا الذي يقدمه المنتج للزبائن مقارنة بالمنتجات الاخرى