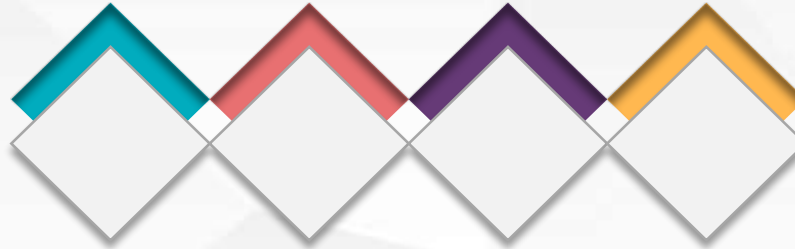


وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة
تخصص التسويق



محاضرة يوم 27 /02 /2024 بعنوان :

من تقديم الدكتور : معاذ ميمون



التسويق الاستراتيجي

Strategic marketing



Marketing process العملية التسويقية

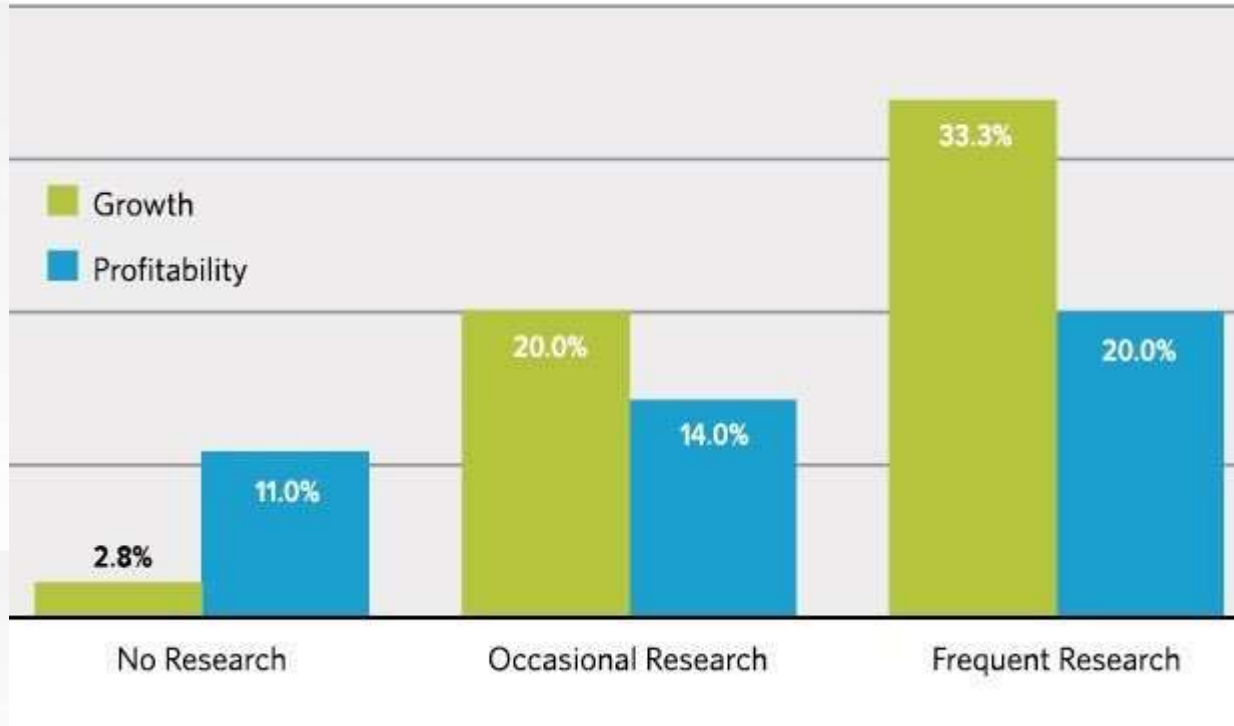


دراسة السوق Market research



فيليب كوتلر : «التسويق أصبح معركة تعتمد على البيانات أكثر من الإعتماد على قوة فريق المبيعات».

تأثير بحوث التسويق في ربحية ونمو الشركات:



1- ماذا نقصد بالسوق ؟



المقاربة الاقتصادية البسيطة :

”هو مكان التقاء العرض والطلب من أجل اتمام العملية التبادلية“.



المقاربة الاقتصادية الحديثة :

”مجموعة من الزبائن لديهم الحاجة او الرغبة في التبادل، مع امتلاكهم للقدرة الشرائية“.



المقاربة التسويقية :

”هم الزبائن والمنافسون والموردون والموزعون والوسطاء والهيئات الحكومية والجمعيات المدنية والقوانين .. الخ“.

ملاحظة : في الدراسات التسويقية يبقى معيار المستهلك هو الأكثر استخداما للتعبير عن السوق.

2- دراسة السوق



دراسة البيئة
الخارجية الكلية
للسوق
(المفهوم BESTE)

01
خطوة

02
خطوة

03
خطوة



دراسة البيئة الخارجية
المباشرة (تحليل الصناعة)

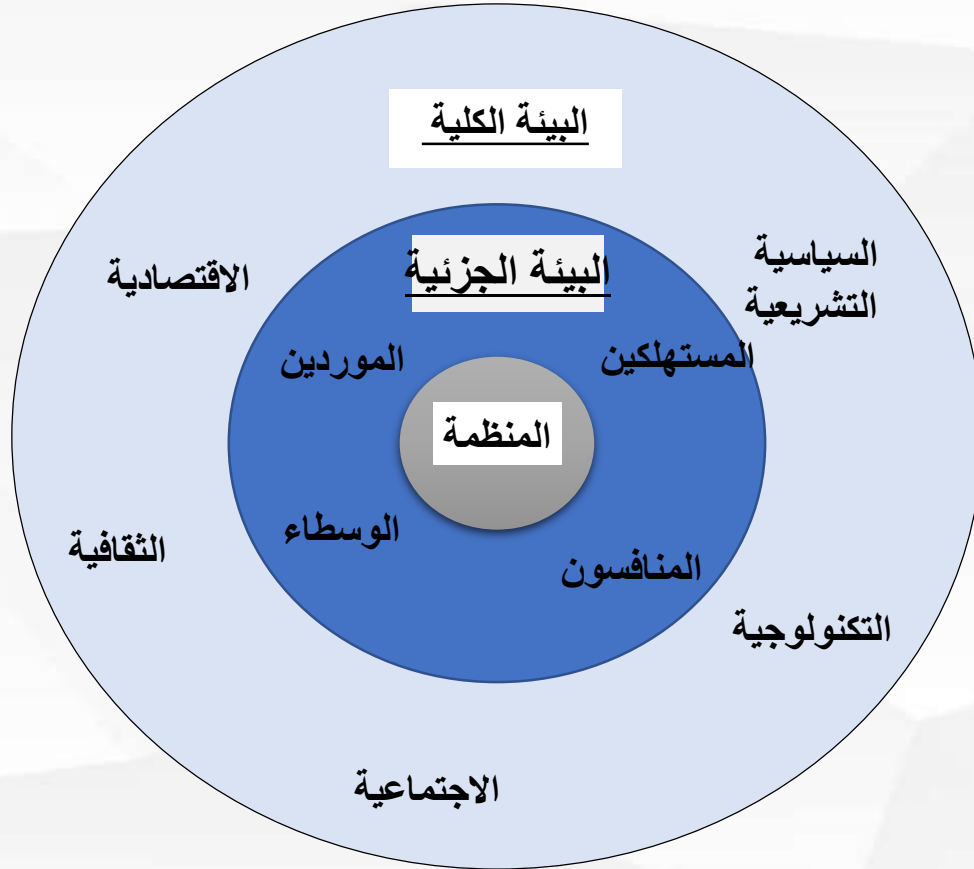
نموذج بورتر Porter
لتحليل الصناعة

دراسة البيئة
الداخلية

سلسلة القيمة

The value chain

3-
تحليل البيئة
(السوق)





PESTEL

أ- تحليل البيئة الخارجية الكلية

Political



- War,
- Dictatorship,
- Facilities for starting a business
- Waste reduction policy,
- High taxes

Economic



- High GDP,
- Price inflation
- Saturated markets
- High loan rates for companies...

Social



- Purchasing habits
- The budget per household
- Trends and cultural influence in the country

Techno-logical



- The country's technical and logistical resources
- The level of expertise
- The latest developments (tools, research)

Environ-mental



- Law "to preserve animal and plant life",
- Suitable Environment to launch the activity (soils, climate)

Legal



- Employment laws of the country,
- Laws related to the activity
- Permits, authorizations and other requirements.



ب-1 : تحليل بورتر للقوى الخمس (5Fs)

ب- تحليل قطاع
المؤسسة
(تحليل الصناعة)



ب-2: تحليل تركيبة المنافسة بالقطاع (المجموعات الاستراتيجية)



ب- تحليل قطاع
المؤسسة
(تحليل الصناعة)



تحليل سلسلة القيمة Value chain

ب- تحليل البيئة
الداخلية





مقولة فيليب كوتلر : " التسويق هو سباق بدون خط نهاية".

