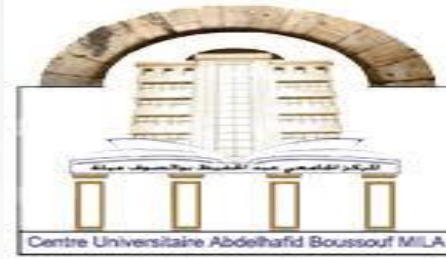


سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا
إِنَّكَ الْبَرُّ الرَّحِيمُ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله



الاختلافات بين التسويق الاستراتيجي وادارة التسويق والتسويق العملياتي

الدكتور: محمد جوال

قسم العلوم التجارية

محتويات المحاضرة

المقدمة

أولاً: الاختلافات بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق

ثانياً: الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملي

المقدمة

النجاح في الأسواق اليوم يتطلب **رؤية استراتيجية واضحة** (التسويق الاستراتيجي) جنبًا إلى جنب مع **تنفيذ فعال ودقيق** (إدارة التسويق). فالشركات التي تتبنى نهجًا استراتيجيًا دون تنفيذ جيد قد تفشل، والعكس صحيح.

كما سنتعرف ايضا على الاختلافات الجوهرية بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملي (الميداني)، حيث يمثل كل منهما مرحلة مختلفة في عملية التسويق، لكنهما مترابطان ويكملان بعضهما البعض.

أولاً: الاختلافات بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق

"التسويق الاستراتيجي هو تحديد فرص السوق الرئيسية ووضع استراتيجيات تحقق ميزة تنافسية مستدامة للشركة، مما يسمح لها بالتكيف مع التغيرات البيئية وزيادة حصتها السوقية."

إدارة التسويق هي العملية التي تشمل تنفيذ الخطط والاستراتيجيات التسويقية، وإدارة الحملات الإعلانية، وتحليل أداء السوق، واتخاذ قرارات تكتيكية لزيادة المبيعات وتحقيق رضا العملاء. وهي جزء من العملية الإدارية التي تركز على تحقيق الأهداف قصيرة ومتوسطة المدى.

التسويق العملي هو المرحلة التنفيذية التي تهدف إلى تطبيق خطط واستراتيجيات التسويق على أرض الواقع من خلال الأنشطة اليومية مثل الترويج، والتوزيع، وخدمة العملاء، والعروض الترويجية. يركز على العمل الفعلي داخل السوق والاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء.

إدارة التسويق

تهتم بالقرارات قصيرة الأمد، والتي ترتبط بالأنشطة التسويقية اليومية أو الفصلية.

التسويق الاستراتيجي

يعمل وفق منظور طويل الأمد، حيث يتم اتخاذ القرارات بناءً على توقعات مستقبلية وخطط استراتيجية.

نقطة الاختلاف

إطار الوقت

مثال: شركة Tesla تضع خطة لتطوير سيارات كهربائية ذاتية القيادة خلال العشر سنوات القادمة.

حملة ترويجية لمدة 3 أشهر لزيادة مبيعات طراز معين من سيارات Tesla.

التوجه

استقرائي وحسبي، أي أنه يحلل الاتجاهات العامة في السوق ويتنبأ بالتغيرات المحتملة. يتطلب حدساً قوياً وفهماً عميقاً للسوق والمستهلكين.

استثنائي وتحليلي أي أنه يعتمد على التحليل الرقمي واتخاذ قرارات بناءً على الإحصائيات والمبيعات الفعلية.

مثال: عندما قررت Apple الاستثمار في الذكاء الاصطناعي والأجهزة القابلة للارتداء، كان ذلك بناءً على رؤية استشرافية للسوق.

مثال: عندما لاحظت Coca-Cola زيادة الطلب على المشروبات منخفضة السعرات، أطلقت منتجات مثل Coke Zero بعد تحليل اتجاهات السوق.

تابع أولاً: الاختلافات بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق

عملية القرار

تتبع نهج "من الأسفل إلى الأعلى"، حيث تبدأ الأفكار والتوصيات من المستويات الأدنى (مثل فرق البحث والتطوير، فرق المبيعات، وحتى العملاء) وتنتقل تدريجياً إلى الإدارة العليا لاتخاذ القرارات الاستراتيجية.

تتبع نهج "من الأعلى إلى الأسفل"، حيث يتم اتخاذ القرارات في الإدارة العليا ثم يتم تنفيذها عبر المستويات الأدنى داخل الشركة.

في Apple، يتم جمع اقتراحات من فرق التصميم والهندسة حول الميزات المستقبلية، ثم يتم اتخاذ القرار النهائي في الإدارة العليا.

في Nike، يتم تحديد الحملات الإعلانية الكبرى مثل التعاون مع الرياضيين المشاهير على مستوى الإدارة العليا، بينما يقوم فرق التسويق المحلية بتنفيذها.

الاحساس بالفرصة

نظرة مستقبلية، يركز على استكشاف فرص جديدة في السوق لم يتم استغلالها بعد.

نظرة حالية، تبحث عن فرص متاحة حالياً في السوق وتعمل على استغلالها بسرعة.

شركة Netflix ترى فرصة في ألعاب الفيديو السحابية وتبدأ في تطوير محتوى خاص بها.

شركة Nike تستغل كأس العالم لكرة القدم لإطلاق إعلانات وحملات ترويجية تستهدف عشاق الرياضة.

السلوك التنظيمي

يهدف إلى تحقيق التعارف والتنسيق بين العناصر المختلفة في المنظمة على المستويين الأفقي والعمودي.

تركز على متابعة مصالح الوحدة اللامركزية، أي أنها تهتم بإدارة التسويق كوحدة مستقلة داخل المنظمة.

شركة Apple تنسق بين فرق التصميم، الهندسة، والتسويق لتطوير منتجات مبتكرة مثل MacBook وiPhone.

فرع Coca-Cola في منطقة معينة يركز على تنفيذ الحملات المحلية وفقاً لاحتياجات السوق هناك، دون الحاجة إلى موافقة مباشرة من المقر الرئيسي.

تابع أولاً: الاختلافات بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق

أسلوب القيادة

يتطلب تصورًا لتأكيد الفعل، أي أن القادة في هذا المجال يبادرون باتخاذ قرارات جريئة بناءً على رؤية مستقبلية واضحة، دون انتظار ردود الفعل الفورية من السوق.

تتطلب تصورًا انعكاسيًا لتأثير رد الفعل، أي أن القرارات تُتخذ بناءً على الاستجابة الفورية لردود أفعال السوق والعملاء.

شركة Amazon أطلقت خدمة Amazon Prime لتعزيز الولاء، دون انتظار أن يطلب العملاء مثل هذه الخدمة.

Coca-Cola تتابع ردود فعل العملاء على إعلاناتها وتعديل حملاتها وفقًا لذلك.

طبيعة العمل

يتطلب درجة عالية من الإبداع والأصالة، حيث يركز على ابتكار أفكار جديدة،

يتطلب النضوج، الخبرة، وتوجيهًا نحو السيطرة، حيث يركز على تنفيذ العمليات اليومية وضمان تحقيق الأهداف المحددة.

شركة Netflix حينما تحولت من تأجير أقراص DVD إلى بث المحتوى الرقمي، مما غير صناعة الترفيه بالكامل.

فرق التسويق في Samsung تتابع أداء المنتجات في السوق وتعديل استراتيجياتها بناءً على استجابة العملاء.

المهمة

تتعامل مع ما يؤكد عليه العمل، أي أن المهمة هنا تتمحور حول صياغة الرؤية والتوجه العام للشركة بما يتماشى مع أهدافها طويلة الأمد.

تتعامل مع إدارة عمل مخطط، أي أن المهمة هنا تركز على تنفيذ الخطط التسويقية التفصيلية وفقًا للاستراتيجية العامة التي وضعتها الشركة.

شركة Apple تركز على الابتكار والتصميم المميز كجزء من مهمتها في السوق.

فريق التسويق في Coca-Cola يحدد توقيت إطلاق حملة موسمية بناءً على خطة العام.

ثانيا: الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملياتي



شكرا
على حسن
الإصغاء والمتابعة