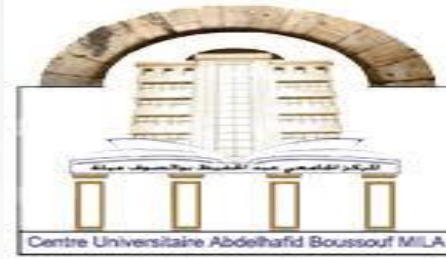


سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا
إِنَّكَ الْبَرُّ الرَّحِيمُ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله



الاختلافات بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق والتسويق العملياتي

الدكتور: محمد جوال

قسم العلوم التجارية

محتويات المحاضرة

المقدمة

أولاً: مجموعة بوسطن الاستشارية" (Boston Consulting Group)

ثانياً: مصفوفة ADL

ثالثاً: مصفوفة ماكينزي GE-McKinsey

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: مجموعة بوسطن الاستشارية" (Boston Consulting Group)

الحصة السوقية

منخفض

عالي

عالي

منخفض

معدل نمو السوق

تأتي مصفوفة بوسطن الاستشارية كأداة تحليلية لمساعدة الشركات في اتخاذ قرارات استراتيجية حول استثماراتها.

تم تطويرها من قبل "مجموعة بوسطن الاستشارية" (Boston Consulting Group) في السبعينيات لمساعدة الشركات في تحليل محفظة منتجاتها بناءً على:

-معدل نمو السوق

-الحصة السوقية النسبية

علامات الاستفهام Question Marks

منتجات ذات حصة سوقية منخفضة في سوق سريع النمو. تحتاج الشركة إلى اتخاذ قرار: هل تستثمر لتحويلها إلى "نجوم"، أم تتخلى عنها؟

النجوم Stars

منتجات ذات حصة سوقية عالية في سوق سريع النمو. تتطلب استثمارات كبيرة ولكنها قد تصبح البقرة الحلوب في المستقبل.

الكلاب Dogs

منتجات ذات حصة سوقية منخفضة وسوق منخفض النمو. غالباً ما تكون غير مربحة، وقد تحتاج إلى الإيقاف أو إعادة الهيكلة.

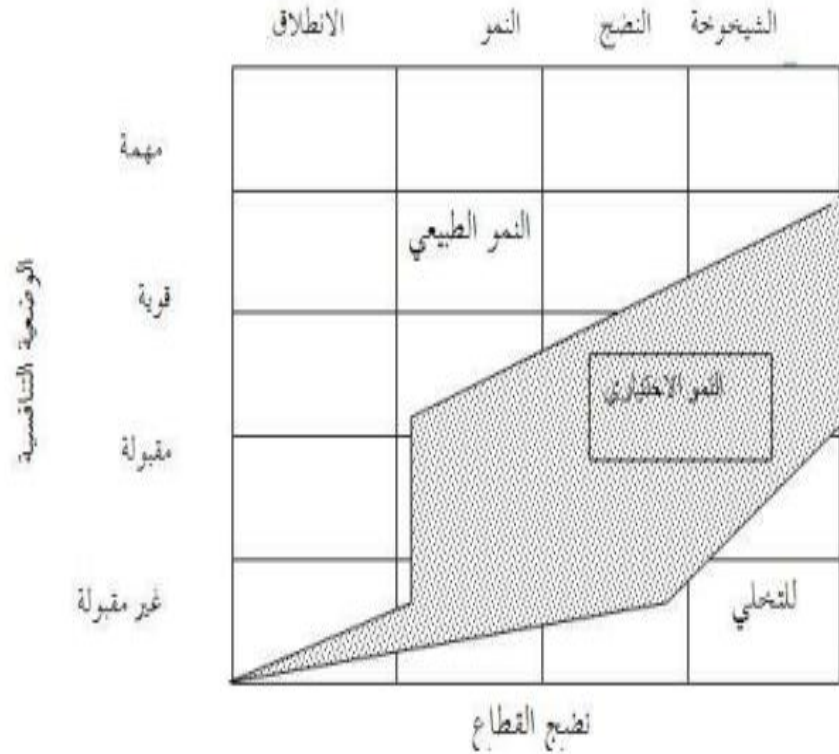
البقرة الحلوب Cash Cows

منتجات ذات حصة سوقية عالية لكن السوق لا ينمو بسرعة. تحقق أرباحاً كبيرة بجهد استثماري منخفض.

المصفوفة	المزايا	العيوب
BCG (بوسطن الاستشارية)	- سهولة الفهم والتطبيق. - تساعد في اتخاذ قرارات سريعة بخصوص الاستثمار. - تسهل تخصيص الموارد بناءً على أداء المنتجات.	- تعتمد على مقياسين فقط (نمو السوق × الحصة السوقية)، مما قد يكون تبسيطاً مفرطاً. - لا تأخذ في الاعتبار عوامل مثل الربحية طويلة المدى أو التغيرات الاستراتيجية. - تفترض أن الحصة السوقية العالية دائماً مربحة، وهو غير دقيق دائماً.

ثانيا: مصفوفة ADL

مصفوفة ADL



مصفوفة ADL هي أداة تحليل استراتيجي طورته شركة Arthur D. Little، وهي تُستخدم لمساعدة الشركات في تقييم موقعها التنافسي وتحديد استراتيجيات النمو أو الانسحاب بناءً على دورة حياة الصناعة وقوة الأعمال.

مرحلة الانطلاق

مردودية مرتفعة، الحاجة القوية للسيولة، الحاجة الكبيرة للاستثمار. مهيمنة
مهيمنة Tesla في بداياتها عند تقديم السيارات الكهربائية.
ضعيفة Oculus عند إطلاق أول نظارة واقع افتراضي.

مرحلة النمو

المردودية المرتفعة، الحاجة القوية للاستثمار، التمويل الذاتي.
قوية Netflix خلال ازدهار بث المحتوى الرقمي.
متوسطة Xiaomi في الهواتف الذكية، حيث نمت بشكل سريع.

مرحلة النضج

المردودية القوية، الحاجة الضعيفة للاستثمار، وفائض في السيولة.
مهيمنة Apple و Samsung في سوق الهواتف الذكية.
قوية McDonald's في صناعة الوجبات السريعة.

التدهور

مردودية ضعيفة، تمويل ذاتي.
ضعيفة BlackBerry بعد فقدان المنافسة أمام iPhone و Android.
غير متواجدة Yahoo بعد خسارة سوق محركات البحث لصالح Google.

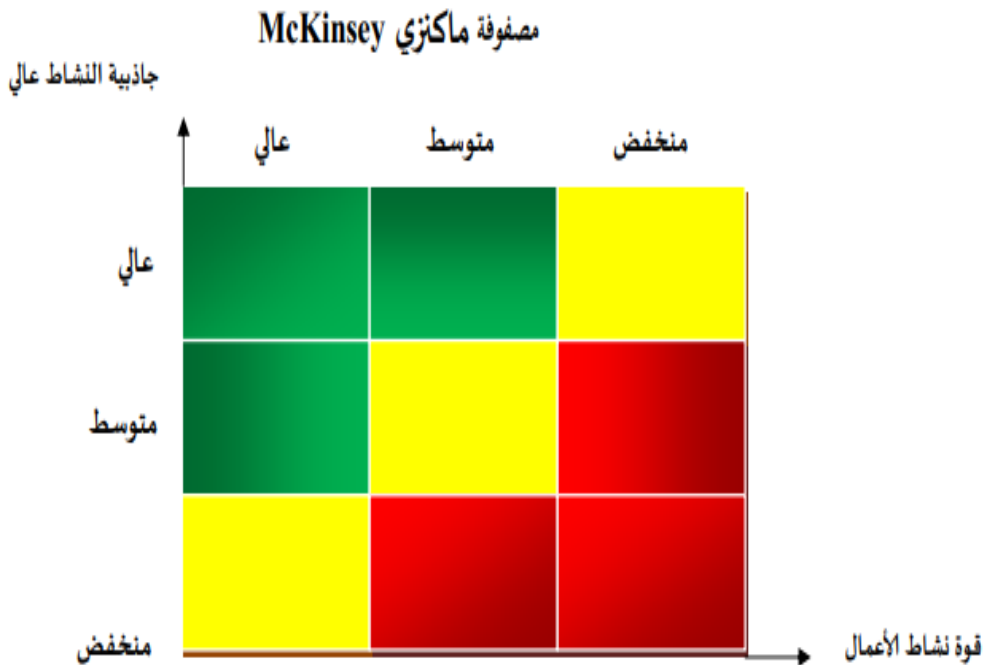
ثانيا: مصفوفة ADL

مزايا وعيوب مصفوفات ADL

المصفوفة	المزايا	العيوب
ADL (آرثر دي لينتل)	- تعتمد على دورة حياة الصناعة، مما يعطي رؤية أعمق. - تساعد في تحديد الاستراتيجيات المناسبة لكل مرحلة من مراحل دورة الحياة. - تأخذ في الاعتبار المنافسة وهيكل السوق.	- تحتاج إلى بيانات دقيقة حول دورة حياة الصناعة. - لا تأخذ في الاعتبار التأثيرات الخارجية (التكنولوجيا، السياسات). - صعوبة التطبيق في الأسواق سريعة التغير.

ثالثا: مصفوفة ماكينزي GE-McKinsey

مصفوفة GE-McKinsey هي أداة تحليل استراتيجي طورته شركة ماكنزي لصالح شركة جنرال إلكتريك (GE) لمساعدتها على اتخاذ قرارات الاستثمار في وحدات الأعمال المختلفة. تعتمد المصفوفة على بعدين رئيسيين: **جاذبية الصناعة:** مدى جاذبية القطاع من حيث النمو، الأرباح، الحواجز أمام الدخول، والمخاطر. **قوة وحدة الأعمال:** قدرة الشركة على المنافسة داخل الصناعة من حيث الحصة السوقية، العلامة التجارية، الكفاءة التشغيلية.



اللون الاخضر يجب على المنظمة أن تزيد من حجم إنفاقها واستثمارها في أنشطة هذا القطاع، وهذه الأنشطة هي نفسها التي تقع في خانة النجوم في مصفوفة "BCG". مثال: شركة تعمل في تطوير الذكاء الاصطناعي، حيث يُعتبر هذا المجال جذابًا للغاية نظرًا لنموه السريع، والشركة لديها خبرة قوية فيه. يجب عليها الاستثمار والتوسع.

اللون الاصفر وهي تمثل الأنشطة التي تقع في خانة علامة الاستفهام أو خانة الأبقار في مصفوفة "BCG" شركة متخصصة في إنتاج الملابس التقليدية، والتي تواجه منافسة متزايدة من العلامات التجارية الحديثة، لكن لديها قاعدة عملاء مخلصين. يجب عليها الاستثمار بحذر والبحث عن استراتيجيات التميز.

اللون الاحمر وهي تمثل نفس الأنشطة التي تقع في خانة الأوزان الميتة في مصفوفة "BCG". شركة متخصصة في الطباعة الورقية في عصر التحول الرقمي، حيث تنخفض جاذبية هذا القطاع وتواجه الشركة ضعفًا في قدرتها التنافسية. يجب عليها تقليل الاستثمار أو التوجه إلى بدائل رقمية.

ثالثاً: مصفوفة ماكينزي GE-McKinsey

مزايا وعيوب مصفوفات McKinsey

المصفوفة	المزايا	العيوب
McKinsey (ماكينزي)	- أكثر شمولية من BCG، حيث تعتمد على عدة عوامل. - توفر تحليلاً أعمق للقدرة التنافسية وجاذبية الصناعة. - أكثر دقة ومرونة من BCG.	- أكثر تعقيداً وتتطلب بيانات تفصيلية ودقيقة. - تحتاج إلى وقت وجهد أكبر لجمع المعلومات وتحليلها. - قد تعتمد على التقديرات الشخصية في بعض الحالات.

شكرا
على حسن
الإصغاء والمتابعة