

محاضرة: التسيير التجاري في المؤسسة**أولاً - مفهوم التسيير التجاري****1- تعريف التسيير التجاري:**

التسيير التجاري هو: " عملية تخطيط وتنفيذ الأنشطة التي تُسهّل تبادل السلع والخدمات بين المؤسسة والعملاء، مع تحقيق الربح وتعزيز الميزة التنافسية."

وبالتالي هو يشمل جميع العمليات من دراسة السوق إلى البيع والخدمة ما بعد البيع مثال: شركة مثل أمازون تستخدم التسيير التجاري لتحليل سلوك العملاء وتطوير استراتيجيات تسويقية.

2- أهمية التسيير التجاري: يمكن تلخيص أهمية التسيير التجاري فيمايلي:

- يساهم في زيادة الإيرادات ؛
- يساعد في الحفاظ على الزبائن ؛
- يعزز صورة المؤسسة ؛
- يقلل من المخاطر السوقية

ثانياً - أهداف التسيير التجاري: يمكن تلخيص هذه الأهداف فيمايلي:

- زيادة المبيعات والأرباح
- تحسين صورة العلامة التجارية
- التكيف مع التغيرات السوقية
- زيادة الحصة السوقية
- تحقيق رضا الزبائن
- تحسين العلاقة مع السوق

ثالثاً-وظائف التسيير التجاري: يمكن تلخيصها فيمايلي:

- تحليل ودراسة السوق
- التخطيط التجاري
- تنشيط المبيعات
- إدارة التوزيع).
- إدارة علاقات الزبائن
- التسعير
- الترويج

رابعاً- الاستراتيجيات التجارية في المؤسسات:

- الاختراق السوقي
- التوسع
- تنويع المنتجات
- التموضع

خامساً-أدوات التسيير التجاري: يمكن تلخيصها فيمايلي:

- المنتج(Product)

- (السعر Price)

- (المكان Place)

- (الترويج Promotion)

سادسا- نظم التسيير التجاري للمؤسسة

- نظم إدارة علاقات العملاء

- نظم التخطيط للموارد

- نظم إدارة المخزون

- نظم إدارة سلاسل التوريد.

سابعا- معوقات التسيير التجاري وتحدياته:

1- معوقات التسيير التجاري: تتلخص في الآتي:

- نقص الكفاءات في الموارد البشرية؛

- ضعف البنية التحتية الرقمية؛

- غياب الاستراتيجيات التسويقية الحديثة؛

- المنافسة غير العادلة أو التغييرات القانونية المفاجئة.

2- تحديات التسيير التجاري:

- التجارة الإلكترونية

- إدارة السمعة الرقمية

- حماية البيانات

- ضعف البنية التحتية

- نقص في نظم إدارة المعلومات الحديثة

- نقص في البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

- نقص الخبرات والكفاءات

- نقص في المهندسين و الفنيين المتخصصين:

- ضعف في البرامج التدريبية

- المنافسة الشديدة

- ازدياد منافسة المنتجات الأجنبية

- ظهور المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية