

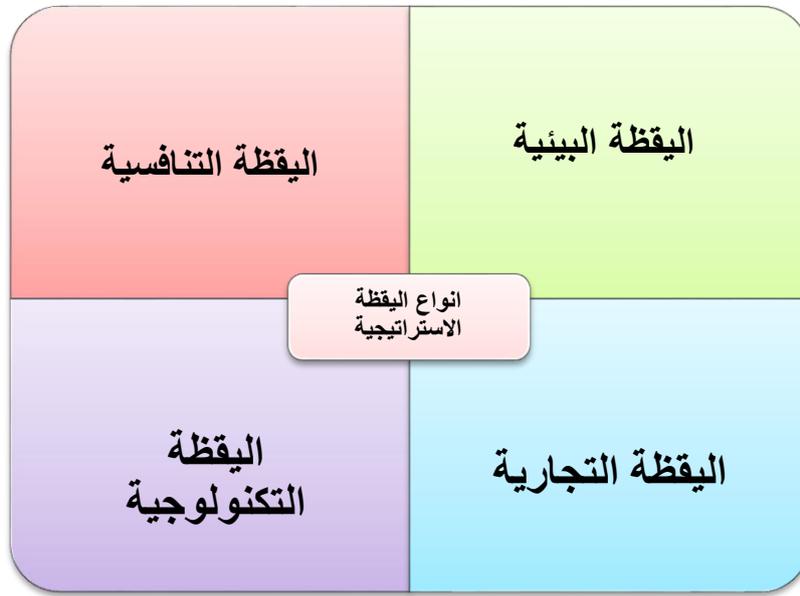
المحور الثاني : أنواع اليقظة ومراحلها

1-أنواع اليقظة الاستراتيجية

تنقسم اليقظة في المؤسسة إلى عدة أنواع حسب المعلومات التي تريد المؤسسة رصدها ونميز بين

الانواع التالية:

انواع اليقظة

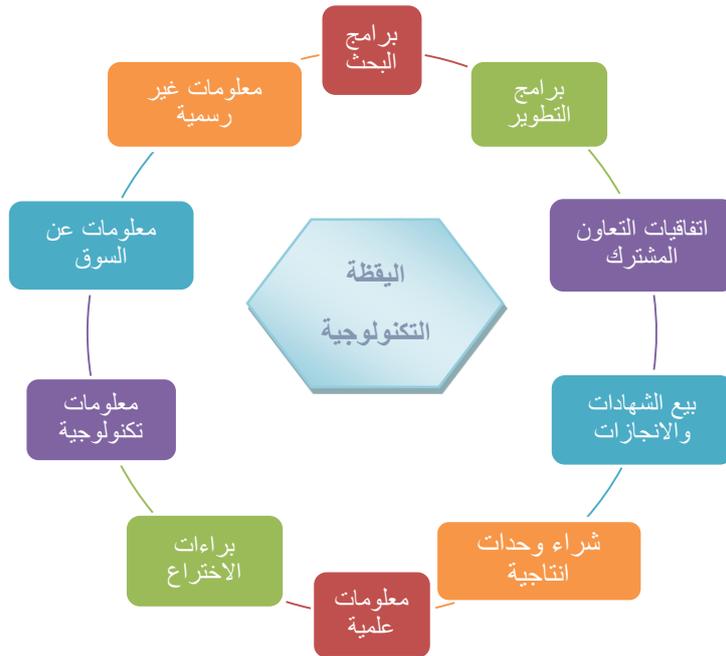


- **اليقظة التكنولوجية:** هي نوع من أنواع اليقظة، مهتمة بالمنتجات وعمليات التصنيع، تتمثل في مراقبة التطورات التكنولوجية والإبداعات التقنية في قطاع معين، مراقبة براءات الاختراع(بحيث يرى البعض أن هذه اليقظة تتضمن يقظة براءات الاختراع)، وتطور المعايير، تغيير التقنيات والتكنولوجيات وعمليات التصنيع، البحوث الأساسية، الأوراق العلمية والرسائل الجامعية والتقارير العلمية. كما تتضمن رصد وجمع وتبادل ونشر المعلومات لتوقع أو لمعرفة المزيد عن التغييرات في المواد البحوث والتطوير، إطلاق منتجات جديدة، عمليات، مفاهيم وابتكار التصنيع ... لتقييم تأثيراتها على البيئة والمنظمة. وتتطوي أيضا على رصد وتحليل الاتجاهات والمعلومات العلمية والتقنية، وتحليل الاتجاهات المحتملة والمستقبلية

وبالتالي نلاحظ أن اليقظة التكنولوجية تركز على:

- الشركات في نفس القطاع (عملائهم ومورديهم)؛
- تحديد براءات الاختراع؛
- التكنولوجيا المعتمدة من طرف الموردين؛
- كما تهتم بنظم المعلومات وبشكل أعم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- جمع المعلومة العلمية، التقنية، والتكنولوجية لاستغلالها في الإبداعات التكنولوجية؛
- الاهتمام بالتطور التكنولوجي بما فيه من: الاكتشافات العلمية، الإبداع في السلع والخدمات، التطور في طرق وأساليب الصُّنع، ظهور مواد ومفاهيم جديدة؛

أهمية اليقظة التكنولوجية



- اليقظة التنافسية: تهتم بمراقبة ورصد تصرفات المنافسين، بينتهم التنافسية، طريقة تنظيمهم، سياستهم التجارية، كيفية تسويق منتجاتهم، واستراتيجية التوزيع لديهم من أجل التعرف على أفضل استراتيجياتهم.
- بمعنى آخر تركز على المنافسين المباشرين وغير المباشرة الحاليين والمحتملين. هذا الرصد هو رصد:

استراتيجيتهم، سياسة التسعير المتبعة، والمنتجات أو الخدمات الجديدة، نتائجها المالية، سياسة التوظيف لديهم، عملائها، واختيار الموردين، والعقود الجديدة، المواد، اتفاقاتهم مع الشركاء الأخرى وعمليات الاستحواذ والتحالفات، ووصول منافسين جدد.

تشير اليقظة التجارية إلى رصد المعلومات المتعلقة بآفاق والموردين والموزعين (إمضاء العقود، والمنتجات الجديدة). إن اليقظة التجارية مفيدة عندما يرغب أحد بمتابعة تطور سوق معين، والمتعلق خاصة بتحسين المشتريات (الوقت والسعر)، والتأثير على القدرة التفاوضية مع الجهات الفاعلة الأخرى في البيئة الاقتصادية. مثال لليقظة التجارية: شركة طيران تقوم برصد مورديها (الشركات المصنعة للقطع الغيار للطائرات، الإطارات، العجلات وغيرها)، ودراسة التوقعات وإمكانيات خرق العقود التجارية، لتقييم الجدارة الائتمانية لتوقع احتمال التأخير في الدفع، ومراقبة التغيرات في أسعار مشتريات الشركات المنافسة.

أما اليقظة التسويقية فتهم بمراقبة سلوك المستهلك، والاتصالات ما بين المؤسسات، بالإضافة إلى أثر حملاتها الإعلامية وكل ما يتعلق بالجانب التسويقي، كما تسمح بتحديد أسواق جديدة، باقتراح منتجات جديدة لعملائها، ودعم إطلاق منتج جديد

* اليقظة المالية لكشف الحركات والتغيرات على مستوى الأسواق المالية والتي من المحتمل أن تؤثر على المؤسسة، بحيث تسعى إلى ترصد الإشاعات المتعلقة بالاندماج والتملك، الاختلافات المعتمدة في البورصة كأسعار الأسهم، الاختلافات الكبيرة على مستوى المواد الأولية، ونوايا صغار المساهمين، كما تهتم بمراقبة التغيرات التي تحدث في المتغيرات/المؤشرات المالية كمثلاً: سعر الفائدة المطبقة من طرف البنوك، سعر الفائدة الحقيقي، النشاط الاقراضي المتبع وديون المؤسسات وغيرها، بمعنى أنها تهدف لتوقع وترقب المحيط المالي.

إن يقظة الصورة e-reputation مهتمة بالعلامة التجارية أو بصورة وسمعة كيان ما (شخص، أو شركة، منتج، خدمات...) عبر الانترنت، البريد الإلكتروني، الانترنت للشركة، وذلك برصد الشائعات، ومراقبة تداعيات حملة الاتصالات، بحيث تسمح لنا هذه اليقظة بتحديد الصورة التي يرانا بها العملاء والصورة التي تريد أن توصلها الشركة لعملائها وغيرهم . فمثلا في سبتمبر 2008 ونتيجة انفجار الأزمة المالية آنذاك، قد كانت الإشاعات بطلب بنك Natixis المساعدة من الصندوق السيادي للخليج ساهم في انهيار أسهم البنك.

أما يقظة الرأي فتستخدم في تحديد احتياجات وتوقعات وانتقادات المستهلكين سواء كانت ايجابية أو سلبية، كما تسمح لنا باكتشاف أسواق جديدة، باقتراح منتجات جديدة ومتابعة بثها ونشرها (محور الاتصالات، تسيير العلاقة مع الزبون). مثال: بعد صدور هاتف نقال جديد على مستوى الأسواق، يقوم صانع الأجهزة النقالة بمراقبة رأي المستهلكين على المواقع الإلكترونية لمعرفة رأيهم، ومعالجة الأخطاء المتعلقة بالمنتج الجديد (سيرورة تصنيعه، تعطله، وظائف مفقودة مثلا، خدمات ما بعد البيع غير كفؤة وغيرها). لأن رأي المستهلكين أصبح يؤثر على تصميم المنتج، تطوير الحملات التسويقية، وتوفر مؤشر قيم لموقع المؤسسة في السوق .

بالنسبة اليقظة الاجتماعية فهي تركز على السياسات الاجتماعية، الاقتصادية، الجيوسياسية والثقافية للشركة. وتسمى أيضا الاستعداد الرصد البيئي، تم تصميم هذه اليقظة لرصد: تغيير العادات والمواقف، وسلوك المستهلك، والمخاطر البيئية، الحركات الاجتماعية، والاحتجاجات، والالتباسات(الاضطرابات والنزاعات)، التغييرات الديموغرافية، والتطورات الاقتصادية(النمو، الركود، تطور القدرة الشرائية وغيرها).

اليقظة القانونية فتتضمن مراقبة التشريعات، السوابق القضائية والتزوير، ورصد جميع القوانين والمراسيم والمناقشات البرلمانية، المقترحات التشريعية، مقترحات أصحاب العمل، والضرائب، بالإضافة إلى

قراءة الصحف الرسمية بشكل مستمر، كما أن القوانين الجديدة، التعديلات والرهنانات والإصلاحات يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار في هذه اليقظة.

كل هذا من شأنه أن يسهم في توقع أي تغييرات تتعلق باعتماد النظام الأساسي، أدخل من الناحية القانونية كما أن الأسواق الخارجية تخضع لقواعد وطنية محددة. والهدف من هذه اليقظة أن تكون المنظمة على وفاق للأنظمة الحالية واستخدام بحكمة القرارات القانونية (فتح الحدود) لإطلاق منتجات وخدمات جديدة في أسواق جديدة