

المحاضرة 03 :

1. خصائص وأبعاد التسويق الاستراتيجي :

- يُعد التسويق الاستراتيجي أداة تحليلية تهدف إلى توجيه جهود المؤسسة نحو تحقيق إشباع فعّال لحاجات السوق.
- يتميز التسويق الاستراتيجي برؤية طويلة المدى، حيث يسعى إلى التنبؤ بالتغيرات المحتملة في البيئة التسويقية التي تعمل فيها المؤسسة، مع التركيز على القدرة على تلبية احتياجات السوق وتعزيز مكانة المؤسسة لدى العملاء.
- يسهم التسويق الاستراتيجي في رسم ملامح التفاعل مع المنافسين، من خلال تحديد الأسواق المستهدفة بدقة، واختيار المنتجات التي سيتم تقديمها لتلبية متطلبات هذه الأسواق.
- يركز التسويق الاستراتيجي على خلق ظروف تجعل العرض تابعاً للطلب، أي أن المؤسسة تنتج استناداً إلى ما يتطلبه السوق فعلياً، مما يعزز قدرتها على التكيف مع المتغيرات وتحقيق النجاح المستدام.

يعد التسويق الاستراتيجي أحد المفاهيم المركزية في الفكر الإداري الحديث، إذ يتوسط بين النظريات التأسيسية الكبرى، مثل الاستراتيجية التنافسية العامة لمايكل بورتر، والإطار التسويقي الشامل لفيليب كوتلر. ويُمكن اعتماد هذا المنهج من توجيه إدارة التسويق داخل المؤسسة نحو تبني رؤية سوقية شاملة، تقوم على جمع وتحليل المعلومات المرتبطة بالمنافسين والعملاء، بما يُسهم في صياغة استراتيجية فعالة وقيادة العمليات التنفيذية ذات الصلة.

إن اعتماد التسويق الاستراتيجي لا يقتصر فقط على تلبية الحاجات والرغبات، بل يتعدى ذلك إلى تطوير أدوات واستراتيجيات قادرة على خلق مزايا تنافسية مستدامة، وتحقيق قيمة مضافة للزبون على المدى الطويل. ومن هذا المنطلق، يمكن تحديد جوهر التسويق الاستراتيجي في المحاور الآتية:

- ✓ قيادة السوق؛
- ✓ التوجه نحو الزبون كمحور أساسي في صنع القرار؛
- ✓ خلق ميزة تنافسية حقيقية ومستدامة؛
- ✓ تعظيم القيمة المقدّمة للزبون وتعزيز ولاءه؛
- ✓ صياغة استراتيجيات تسويقية مبتكرة وذات فعالية عالية؛
- ✓ الإبداع والتميز في تنفيذ الخطط والأنشطة التسويقية؛
- ✓ تطوير رؤية طويلة المدى للأنشطة التسويقية وتوجيهها بما يتماشى مع تطورات السوق.

2-التسويق الاستراتيجي والتسويق التشغيلي

يُعرف التسويق التشغيلي بأنه مجموعة التقنيات والوسائل العملية التي تُستخدم من أجل تنفيذ وتحقيق الأهداف التسويقية، ويمثل التسويق التشغيلي الجانب التطبيقي والعملي من العملية التسويقية، إذ يتضمن كافة الإجراءات الملموسة التي تقوم بها المؤسسة من أجل الترويج لمنتجاتها وخدماتها، مما يُسهم بشكل مباشر في زيادة حجم المبيعات وتوسيع حصة الشركة السوقية.

بمعنى آخر، يُعنى التسويق التشغيلي بتحويل الأهداف الاستراتيجية إلى خطط تنفيذية تشمل: الترويج، التسعير، التوزيع، والاتصال مع العملاء، وذلك في إطار زمني محدد وباستخدام أدوات محددة لضمان تحقيق النتائج المرجوة.

مقارنة بين التسويق التشغيلي والتسويق الاستراتيجي

التسويق التشغيلي	التسويق الاستراتيجي	
نوع النشاط	عملي	تحليلي
البحث عن الفرص	فرص موجودة	فرص جديدة
مجال النشاط	المنتج	المنتج و السوق
المحيط	مستقر	ديناميكي
سلوك المؤسسة	رد الفعل	استباقي
المسؤول عن التسويق	قسم التسويق	تفاعل أقسام مختلفة

3.التحديات الجديدة للتسويق

• **مستهلكون جدد :** لقد ساهم الازدهار الاقتصادي في سنوات الستين الماضية، وتطور التعليم وتعاضم الروابط بين المستهلكين، في جعل المستهلكين أكثر احترافاً في سلوكهم.

- **الأجيال المختلفة من المستهلكين:** لقد شكلت التطورات التكنولوجية أجيالاً مختلفة وفقاً لتجاربهم المشتركة، سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، وما إلى ذلك. إن معرفة التوقعات المختلفة بين هذه المجموعات الواردة في الجدول أمر ذو قيمة بالنسبة للمسوق.

Génération alpha	la génération z	génération y	génération x	Baby-boomers,
2010-2025	1996 et 2010	1980 et 1995	1965 1980,	1965 1946

- القيم الجديدة التي ينقلها الإنترنت

- **صعود قوة المستهلك** : يعمل المستهلكون في الأسواق التي يوجد بها وفرة في العرض، وحيث تكون المنافسة شديدة للغاية وحيث يتم تنظيم العديد من مصادر المعلومات لهم. لم يتمتع المستهلكون قط بمثل هذه القوة من قبل، وذلك بفضل انتشار الأجهزة المترابطة وقوة الشبكات الاجتماعية. يمكنهم التأثير بشكل مباشر على الأسعار ومشاركة آرائهم ومراجعاتهم وشراء أي شيء في أي وقت وفي أي مكان ومن أي شخص. أدرك المستهلك أن لديه القوة بين يديه وأنه يستطيع ممارسة التأثير على مكان الإنتاج والجودة.

- مستهلكون متعاونون ومتفاعلون

يعد الاستهلاك المنخرط *la consommation engagée* سلوكًا شرائيًا يصبح فيه المستهلك منخرطًا بقوة أكبر من خلال اعتبار أن شراء علامة تجارية يشبه العمل السياسي. إن اختيار علامة تجارية أو شركة يشبه التصويت السياسي: فأنت تختار مرشحًا تثق به. وعلى نحو مماثل، نستطيع أن نتخذ اختيارات "صحيحة" سياسيًا" فيما يتصل بالاستهلاك.

- نماذج اقتصادية حديثة مثل :

الاقتصاد التشاركي *Sharing Economy*

الاقتصاد حسب الطلب *On-Demand Economy*

الاقتصاد الدائري *Circular Economy*

La sobriété volontaire النقشف الطوعي *Voluntary Sobriety*