

التسويق الريادي

- **التسويق الريادي:** هو مجموعة من الممارسات غير التقليدية التي يمكن أن تساعد الشركات الناشئة والشركات الشابّة على الظهور والحصول على ميزة في الأسواق التنافسية، والفرق الرئيسي بين هذه الأساليب التقليدية هو أن التسويق الريادي يميل إلى التركيز على إرضاء العميل وبناء الثقة من خلال توفير منتجات وخدمات مبتكرة تعطل أو تروق لسوق معين.

فالتسويق الريادي ليس له فلسفة أو ممارسات محددة أو إستراتيجيات، بقدر ما هو عبارة عن روح التسويق التي تميز نفسها عن ممارسات التسويق التقليدية، فهو يتميز عن التسويق العادي، ببعض الممارسات والإستراتيجيات التي يمكن عرضها في الجدول التالي:

التسويق الريادي	التسويق التقليدي	مجال المقارنة
<ul style="list-style-type: none"> - موجه نحو الإبتكار - البحث الدائم عن الأفكار الجديدة للتأثير على السوق. - تحاول المؤسسة التأثير على جوانب البيئة الخارجية 	<ul style="list-style-type: none"> - موجه نحو العملاء - يتم تطوير المنتجات حسب السوق - موقف تفاعلي بشكل أساسي فيما يتعلق بالبيئة الخارجية. 	مفهوم التسويق
<ul style="list-style-type: none"> نهج إستباقي قائم على الإبتكار الديناميكي بالنسبة للعميل 	<ul style="list-style-type: none"> نهج تفاعلي وقابل للتكيف مع وضع السوق من خلال القيام بالإبتكار التدريجي، والسعي لمتابعة العملاء 	نهج السوق
<ul style="list-style-type: none"> الأسواق المتصورة والناشئة والمجزأة، مع التركيز على تلك التي تتميز بمستويات عالية من الإضطراب، مع السعي لخلق أسواق جديدة، وخلق قيمة جديّة للعميل من خلال العلاقات والتحالفات. 	<ul style="list-style-type: none"> الأسواق الراسخة والمستقرة نسبياً 	الإستهداف

- **أسس وأهم مظاهر تطبيق التسويق الريادي:**

من الأسس التي تعد من مظاهر التسويق الريادي في الممارسات العملية نذكر:

- **المخاطرة:** هي إستعداد المؤسسة لإستخدام كمية وفيرة من الموارد بغية تحقيق أنشطة ناجحة بشكل غير مؤكد.

- التوجه الإستباقي نحو الابتكار: من خلال البحث المستمر عن طرق جديدة لتحقيق ميزة تنافسية، بإدخال تغييرات في الأساليب المتبعة في الإنتاج أو التسويق والتي تخلق منتجات جديدة وتكنولوجية متقدمة، كما تشير الإستباقية إلى الإجراءات التي تأخذ والتي يكون لها تأثير على البيئة.
- التركيز: تركز ممارسات التسويق الإبداعي على طرح طرق جديدة لإكتساب العملاء والحفاظ عليهم وتطوير حاجياتهم، ويكون ذلك بشكل فعال من خلال توفير قاعدة معرفية لمطالباتهم.
- الإستفادة من الفرص: أساس الريادة اليوم هو إكتشاف وتقييم وإستغلال الفرص والامتجالية في المواقف التي يمكن فيها إدخال السلع والخدمات والمواد الخام الجديدة، وكذلك في طرق تنظيم أو تكوين وسائل جديدة أو علاقات بين الوسائل والغايات.
- إدارة المخاطر: ترتبط ريادة الأعمال بالمخاطر المحسوبة، والتي تعني بذل مجهود لتحديد عوامل الخطر والسعي اللاحق للسيطرة عليها أو التخفيف منها.
- خلق القيمة: يعد إنشاء القيمة المبتكرة حاليا مهما اليوم لتحقيق الريادة، فهي تعد شرطا أساسيا للعلاقات والمعاملات.
- تطبيق التسويق الإبداعي من خلال عناصر المزيج التسويقي:

عناصر المزيج التسويقي	أهم التغييرات المطروحة اليوم وفقا للتسويق الإبداعي
المنتجات	التغيير في طبيعة المنتج بما يتوافق مع إحتياجات غير معروفة، سواء كان ذلك التغيير في الجانب الوظيفي أو الجمالي، وبالتركيز على الإستخدامات والإمكانات الجديدة.
التسعير	إتباع سياسة التعديل المستمر في التسعير بما يتوافق مع المنافسة (إستخدام التسعير الإستباقي بدلا من التفاعلي، والتخلي عن التسعير القائم على التكلفة إلى تنفيذ هيكل أسعار إبداعي)
التوزيع	العمل على تكوين شراكة لتوزيع المنتجات بأساليب مبتكرة، والعمل على تكوين وعي بالمناطق التي يزداد فيها طلب العملاء
الترويج	- إستعمال أسلوب التسويق المرتبط بالسبب للتواصل مع الجانب العاطفي لتجربة المبيعات. - الإستفادة من الأساليب التي تركز على الحركات الاجتماعية لإبراز قلب العلامات التجارية، خاصة في وسائط التواصل الإجتماعي