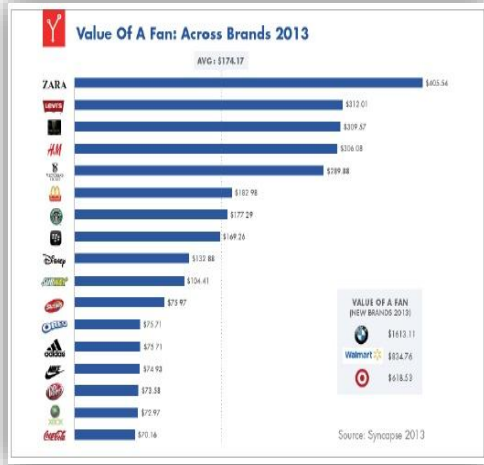


دراسة حالة خاصة بالمحور الأول



2. كما أن لزارا قيم أساسية تقوم على العمل الجماعي والاتصالات المفتوحة، وتوقعات الأداء مرتفعة جدا. وتعزز هذه المبادئ التزام كل موظف بالتزامه الشخصي لتلبية احتياجات العمال. وعلاوة على ذلك، تسعى على المدى الطويل إلى حفظ الطاقة، بناء علاقة ودية مع البيئة: تنفذ نموذج الإدارة الصديقة للبيئة في متاجرها من أجل خفض استهلاك الطاق بنسبة 20 في المائة، مع الأخذ بمعايير الاستدامة والكفاءة. بما في ذلك تصميم المحل نفسه، ونظم الإضاءة والتدفئة والتبريد، وإمكانية إعادة تدوير الأثاث والديكور، استخدام الأقمشة الإيكولوجية، القطن العضوي وتحفظ الشركة بحملات توعية داخل الشركة وبرامج تدريبية محددة قائمة على الوسائط المتعددة لتتقيد موظفيها في الممارسات المستدامة مثل الحد من استهلاك الطاقة واستخدام وسائل النقل المستدامة وتعديل أنماط السلوك. إضافة إلى إنتاج أقل النفايات وإعادة تدويرها، زارا يدعم الزراعة العضوية ويجعل بعض من الملابس من القطن العضوي (100%)، وخالية تماما من المبيدات والمواد الكيميائية والتبييض.

1. زارا (Zara) هي علامة تجارية إسبانية في عالم الأزياء والملابس، أسسها (Amancio Ortega Gaona and Rosalia Mera). تأسست زارا في عام 1975. وهي واحدة من أكبر متاجر التجزئة في الأزياء حيث توجد حاليا في 86 بلدا مع ما مجموعه 1763 متجر في جميع أنحاء العالم، تتمتع زارا بالاعتراف العالمي لعلامتها التجارية تقدم تصاميم حصرية بدأ متجر (Zara) كمحل صغير في مدينة كورونا في إسبانيا يقدم تصاميم عصرية للرجال والنساء والأطفال. كما يبيعون الإكسسوار لإكمال خطوط إنتاجهم.



2. كما هو مذكور في موقع الشركة "تلتزم زارا لتلبية رغبات عملائنا. ونتيجة لذلك فإننا نتعهد باستمرار الابتكار أعمالنا لتحسين تجربتك. نحن نعد لتقديم تصاميم جديدة مصنوعة من مواد ذات جودة معقولة". وتذكر زارا أن مهمتها هي أن "تهدف من خلال نموذج عمل زارا إلى الإسهام في التنمية المستدامة للمجتمع والبيئة التي نتفاعل معها" وتتبع الشركة استراتيجية مفادها العمل هو الملك حيث تسعى لبناء الولاء للعلامة التجارية من خلال الالتزام بمتطلباتهم.

4. وتتمثل مزايا زارا التنافسية كأحد أعضاء مجموعة إنديتكس في امتلاكها لمزيج قوي من أحدث الأزياء والجودة بأسعار معقولة نسبيا. لديها استراتيجية المنتج الفريد حيث تخرج سنويا 36000 تصميم جديد، يستغرق 2-6 أسابيع للتسليم إلى كل مخزن. إضافة إلى موقع المتاجر في المناطق الجذابة والرئيسية.

ولاعتماد زارا على الحملات التسويقية بقدر ماتهتم بمتجرها المادي أي وضع نافذة جذابة وإبداعية لجذب المستهلكين وقدرة الزبون على التجول حتى في المخازن.

تواجه زارا المنافسة الشرسة ومن أكبر التهديدات المنتجات الجديدة وبأسعار معقولة المعروضة من متاجر مختلفة مثل H & M ، Forever 21. ولكن بمعرفة الميزانية الضئيلة التي تتفقاها زارا على التسويق يمكننا إدراك مدى الصيت الذي تتمتع به علامتها. كما يهددها التقليد لمنتجاتها من قبل المنافسين (التصاميم) أو من قبل أشخاص غير مسؤولين مع أن زارا تستهدف الطبقة الوسطى العليا. يشكل سعر المنتجات تحدي في البلدان النامية، كما وتشكل البنية التحتية فيها عائق لمثل هذه الصناعات.



3. تتمتع زارا بالاعتراف العالمي لعلامتها التجارية تقدم تصاميم حصرية وعصرية وتلتزم الشركة بنموذج الأزياء السريعة، وهو تعبير يستخدمه تجار التجزئة يقصدون به التصاميم التي تتحرك بسرعة من منصة العرض إلى عملية التوزيع المباشرة للمستهلكين النهائيين. حيث يدعي زارا أنهم يستغرقون فقط أسبوعين لوصول التصاميم الجديدة ليتم بيعها في محلاتهم، في حين يستغرق الأمر أكثر من ثلاثة أشهر بالنسبة للمحلات الأخرى، ومساعد على ذلك استخدامها نظام معلومات Hybrid Model Information، حيث تتجه المعلومات من المخازن إلى المقر الرئيسي وتسمح هذه التكنولوجيا بتقليل وقت التصنيع وتهدف حاليا إلى ممارسة التكنولوجيا الصديقة للبيئة كما وتمتلك فريق ممتاز من المصممين حيث تعاونت مع الكثير من المصممين الجدد، ولأجل تعزيز خدمة العملاء توفر تدريب لموظفيها وعززت شعور الانتماء لديهم.



6. وتجه نحو البلدان الآسيوية لسببين هما الكثافة السكانية ورغبة الشباب في تقليد الغرب في طريقة اللباس، إضافة إلى فرصة بناء مراكز التوزيع لخفض تكاليف التوزيع.

5. كما واهتمت زارا بالبقاء والنمو والربحية حيث سجلت زيادة بنسبة 22% في أرباحها سنة 2013 لأنها توسعت في العديد من الأسواق الناشئة مثل الصين والهند وإندونيسيا وكذلك التجزئة على الإنترنت.



تطبق استراتيجيات تتمثل في التكامل بين المقر وجميع الفروع في جميع أنحاء العالم، وبالتالي فإن إنديتكس تسيطر على تجار التجزئة والموزعين في جميع أنحاء العالم من أجل توحيد الأداء العام للأعمال. وبالإضافة إلى استحواذها على (Masimo-doti) واكتساب (Stradivarius) لزيادة طاقتها الإنتاجية والتسويقية كما وتحاول التوجه إلى أسواق جديدة بمنتجاتها، أيضا تحسّن متاجرها الحالية وعلى الأنترنت وزيادة خدمة العملاء في جميع متاجر البيع بالتجزئة في الدول الأوروبية والآسيوية.

المطلوب:

1. حسب النص ماهي رسالة محلات زارا؟
2. كيف انعكست ملامح رسالة زارا على أداؤها؟
3. ماهي ثقافة المنظمة التي تعمل بها زارا؟
4. قم بتحليل SWOT لمحلات زارا في البلدان الآسيوية؟
5. ماهي الاستراتيجيات التي تتبعها محلات زارا؟
6. إذا قررت زارا التوسع في البلدان الإفريقية في رأيك كيف ستكون نتائج تحليل SWOT لهذه البيئة وماهي الاستراتيجية التي ستتبعها؟

