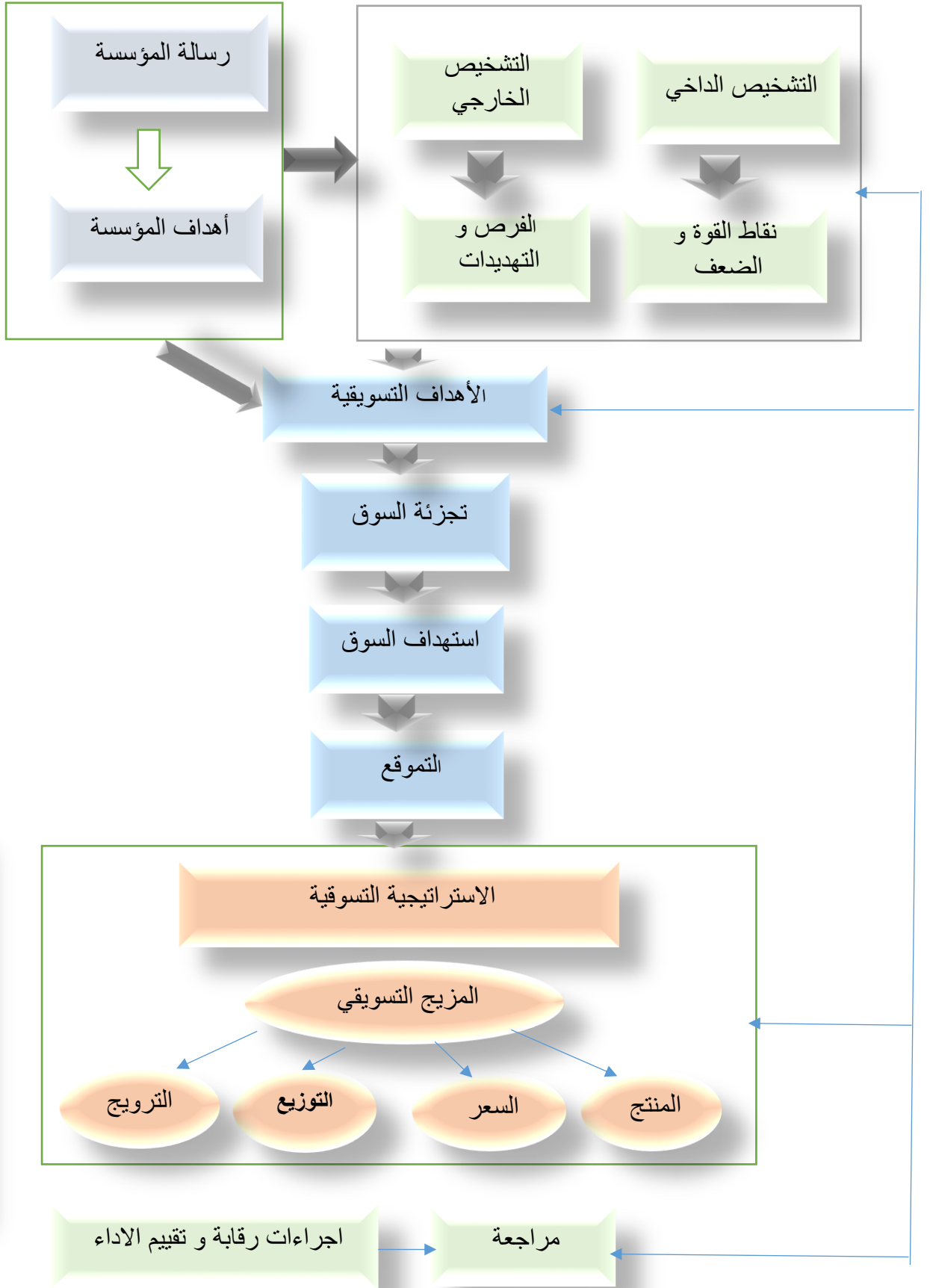


-تصميم الاستراتيجية التسويقية

- ضمن مفهوم التسويق الاستراتيجي فإن صياغة استراتيجية التسويق لا يمكن أن تتم إلا من خلال التكامل مع العوامل الاستراتيجية الثلاثة 3CS وتحليل البيئة المحيطة المؤثرة على النشاط التسويقي وإن استراتيجية التسويق تشكل للتعظيم الايجابي و التفوق على المنافسين في تلبية أفضل لحاجات الزبائن.

يعرف (Kotler) الاستراتيجية التسويقية التنافسية بأنها " مجموعة التصرفات التي تحدد اجزاء السوق التي يمكن خدمتها بشكل فعال بدلا من التنافس في كل مكان "، كما تعنى بجاذبية السوق والميزة التنافسية للمؤسسة والمخاطرة المتوقعة بالإضافة إلى تطوير البرامج التسويقية تبعا لذلك.

مراحل تصميم الاستراتيجية التسويقية



Mission Statement

- رسالة المؤسسة

تعد عملية إعداد رسالة المنظمة والأهداف العامة المرحلة الأولى في صياغة الإستراتيجية، وعلى مستوى المنظمة تبدأ عملية التخطيط الإستراتيجي بتعريف رسالتها التي تعرف بأنها الغاية النهائية التي وجدت من أجلها المنظمة ويريدون تحقيق هذه الغاية لا يكون هناك مبررا لدى كافة الأطراف لبقاء المنظمة ونموها.

ما هو المغزى أو المبرر من وجود المنظمة؟

ما هي طبيعة النشاط الذي نمارسه؟

ما نوع المستهلكين والزبائن الذين نريد خدمتهم؟

رسالة المنظمة هي تلك **الخصائص الفريدة في المنظمة** والتي تميزها عن غيرها من المنظمات المماثلة لها، ومن هنا كانت رسالة المنظمة تعكس بوضوح **دقة الفلسفة الأساسية للمنظمة**، وهي تعبر أيضا عن **الصورة الذهنية** التي ترغب المنظمة في إسقاطها على أذهان أفرادها، وهي تعبر عن **مفهوم الذات** للمنظمة وما تقدم المنظمة من منتج أو خدمة أو السوق الذي تتعامل معه، كما انها تعمل على **تحرير الحاجات التي تعمل المنظمة على اشباعها من خلال النشاط الذي تقوم به.**



تشمل رسالة المؤسسة مجموعة من العناصر نوجزها في مايلي:

- ✓ النشاط الرئيسي للمؤسسة.
- ✓ أهداف المؤسسة .
- ✓ الزبائن الذين تتعامل معهم المؤسسة .
- ✓ قيم المؤسسة .
- ✓ أسواق المؤسسة
- ✓ سمعة المؤسسة.
- ✓ الموردون .
- ✓ نقاط قوة المؤسسة.
- ✓ منتجات المؤسسة.
- ✓ رؤية المؤسسة لمواردها البشرية.

اهداف المؤسسة الاستراتيجية

الهدف الاستراتيجي هو الهدف الذي يرتبط مباشرة برسالة المؤسسة ويرتبط ارتباطا وثيقا بعناصرها، وهو يغطي السوق بتحديد المركز التنافسي للمؤسسة كأن تهدف إلى تحقيق نسبة معينة من الحصة السوقية، والتكنولوجيا خاصة في مجال الإبداع والابتكار وإدخالها على تكنولوجيا المؤسسة في مدة أربع سنوات ، والاستخدام الكفاء للموارد وغيرها.

وتتميز الأهداف الإستراتيجية بعدة خصائص اختصر في كلمة: SMART كما سبق ذكرها في المحاضرة السابقة

إن الأهداف الإستراتيجية تستعمل لتفعيل الرسالة، فنجاح رسالة المؤسسة يتوقف على تحويل مفرداتها إلى أهداف، ولمعرفة الهدف الاستراتيجي للمؤسسة لابد من الإجابة عن السؤال التالي : ما الذي تأمل المؤسسة في إنجازه على المدى الطويل والمتوسط والقصير؟

العناصر المؤثرة على تحديد أهداف المؤسسة

