

## الدرس الثالث:

### مجالات وقرارات التسويق الاستراتيجي

#### أ - مجالات التسويق الاستراتيجي

يعد التسويق الاستراتيجي مجالاً للتركز على تخطيط وتنفيذ استراتيجيات التسويق، طويلة المدى وهذا لتحقيق أهداف المؤسسة. ويشمل التسويق الاستراتيجي عدة مجالات وأنشطة، نذكر من بينها:

#### 1. دراسة وتحليل السوق: وتتمثل في

- دراسات السوق وجمع المعلومات حول العملاء والمنافسين.
- تحليل الاتجاهات الصناعية وتحديد الفرص والتحديات.

#### 2. تحديد الجمهور المستهدف: من خلال

- تحديد الفئات السكانية والديموغرافية التي تستهدفها المؤسسة.
- فهم احتياجات ورغبات الجمهور المستهدف.

#### 3. تطوير مزايا التنافسية: من خلال

- تحديد مزايا تنافسية فريدة وتمييزة للمنتجات أو الخدمات.
- تعزيز العلامة التجارية وبناء سمعة طيبة وقوية.

#### 4. تطوير استراتيجيات التسعير: من خلال

- تحديد استراتيجيات التسعير التي تعكس القيمة المضافة للعملاء.
- تحليل الأسواق لتحديد مستويات التسعير المناسبة.

#### 5. تطوير استراتيجيات التوزيع:

- تحديد قنوات التوزيع الفعالة وتحسين سلسلة التوريد.
- تطوير شراكات استراتيجية مع الموزعين والشركاء.

#### 6. تطوير استراتيجيات الاتصال مع الجمهور:

- تحديد وسائل الاتصال الفعالة للتواصل مع الجمهور المستهدف.
- تنظيم حملات إعلانية وتسويقية متكاملة.

#### 7. إدارة العلاقات مع العملاء والزبائن: (CRM)

- استخدام تقنيات CRM لتحسين تجربة العملاء وبناء علاقات قوية.

- تحليل بيانات العملاء لفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم.

## 8. قياس الأداء وتقييم النجاح:

- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس فعالية الحملات التسويقية.
- إجراء تقييم دوري للنجاح وتعديل الاستراتيجيات حسب الحاجة.

## ب - قرارات التسويق الاستراتيجي

### 1 - تعريف قرار التسويق الاستراتيجي:

يقصد به: عملية أو أسلوب الاختيار الأمثل أو الأفضل بين عدد من البدائل المتاحة، لتحقيق هدف محدد أو مجموعة من الأهداف خلال فترة زمنية معينة، وفي ضوء معطيات كلا من البيئة الداخلية والخارجية، والموارد المتاحة للمنظمة.

كما يعرف على أنه: "عملية اختيار دقيق بعد دراسة تحليلية موسعة، لعدد من البدائل المتاحة التي يمكن إتباعها للوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة".

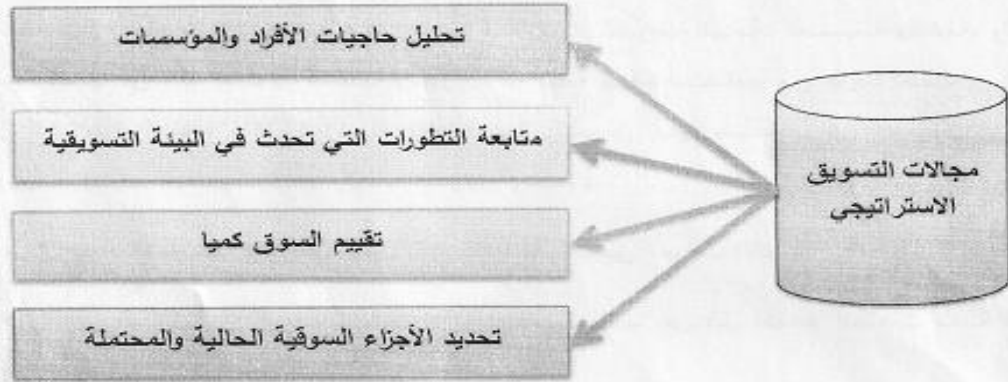
### ب- العوامل المؤثرة على قرارات التسويق الاستراتيجي

هناك العديد من العوامل المؤثرة على عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية التسويقية في منظمات الأعمال، والتي يجب أن تدرس بعناية فائقة، يمكن ايجازها في الشكل التالي:

---

<sup>1</sup>عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة الأعمال، الدار الجامعية، الاسكندرية، 1993 ص.138.  
<sup>2</sup>نواف كنعان، اتخاذ القرارات الادارية- بين النظرية والتطبيق،- دار الثقافة للنشر، عمان، 2003 ص.140:

### مجالات التسويق الاستراتيجي:



### العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي:

