

## الفرق بين التسويق الاستراتيجي والتسويق التشغيلي

أولاً : تعريف التسويق العملياتي

التسويق العملياتي، التشغيلي، العملي أو التكتيكي كلها مصطلحات تشير إلى معنى واحد. فقد عرف التسويق العملياتي على أنه: شكل من أشكال التسويق يسمح للجهات الفاعلة، بتطبيق القرارات التي اتخذت بنطاق التسويق الاستراتيجي على أرض الواقع" (Gcly.B, 2009). وبالتالي هو مرحلة وسيطة فيما بين أنشطة العمل على أرض الواقع وبين الإستراتيجية التسويقية<sup>1</sup>. وعرف أيضا على أنه " التطبيق التام والدقيق لنتائج دراسة السوق التي سترد على المتطلبات المرتبطة باقتراحات العملاء من خلال المنتج، السعر، الترويج والتوزيع"<sup>2</sup>

يُشير التسويق التشغيلي (Operational marketing) إلى مجموعة من التقنيات والوسائل التي تقوم الشركات بتنفيذها من أجل الوصول إلى أهداف التسويق المحددة ضمن استراتيجيات التسويق المختلفة، بعد دراسة السوق وتحليله، وبالتالي يُمثل التسويق التشغيلي جميع الإجراءات التسويقية الملموسة التي يتعين على الشركات تنفيذها للترويج للخدمات والمنتجات، وبالتالي تطويرها لأجل بيعها

يغلب على التسويق التشغيلي التركيز على الإجراءات قصيرة ومتوسطة المدى، وذلك لتجديد الإجراءات المتعلقة به بما يخدم مستجدات السوق، وتكييف الاستراتيجيات التسويقية مع اتجاهات السوق الحديثة، وبالتالي تحقيق المزيد من المبيعات، مما يعني حصول الشركة على إيرادات مالية جيدة.

ثانياً- أدوات التسويق التشغيلي

الإعلانات: تمثل الإعلانات أداة فعّالة للتسويق التشغيلي للشركات، وقديماً كانت الإعلانات ورقية كالمطبوعة في الصحف والمجلات، أما في الوقت الحاضر أصبحت الإعلانات تغزو شبكة الإنترنت، بحيث تصل إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد عبر مواقع الويب، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمنصات الأخرى التي يتواجد فيها العديد من أفراد المجتمعات.

التسويق المباشر: يهدف التسويق المباشر إلى نشر رسالة تحتوي على هدف محدد بطريقة شخصية ومحفزة، بحيث يولي التسويق المباشر اهتماماً للعملاء بشكل خاص، والتركيز على التواصل المباشر معهم لمعرفة المزيد حول رغباتهم واحتياجاتهم.

التسويق الرقمي: بات التسويق الرقمي من أدوات التسويق الفعّالة في الوقت الحاضر، حيث يأخذ أشكالاً متعددة على شبكة الإنترنت، بحيث يشمل جميع التقنيات المطبقة على شبكة الإنترنت، سواء المدونات، المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، رسائل البريد الإلكتروني، تحسين محركات البحث وغيرها، من طرق التسويق التي تسعى إلى جذب الجمهور وزيادة الوعي بالعلامات التجارية المختلفة.

### ثالثاً: الفرق بين التسويق الاستراتيجي وتسويق العمليات

#### أ/ التسويق الاستراتيجي:

يركز على المدى الطويل.

يحدد أهدافاً واسعة النطاق.

يتضمن تحليل السوق والمنافسة.

يحدد شرائح السوق المستهدفة.

يحدد مزيج التسويق (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج).

يهدف إلى بناء ميزة تنافسية مستدامة.

#### ب/ التسويق العملياتي:

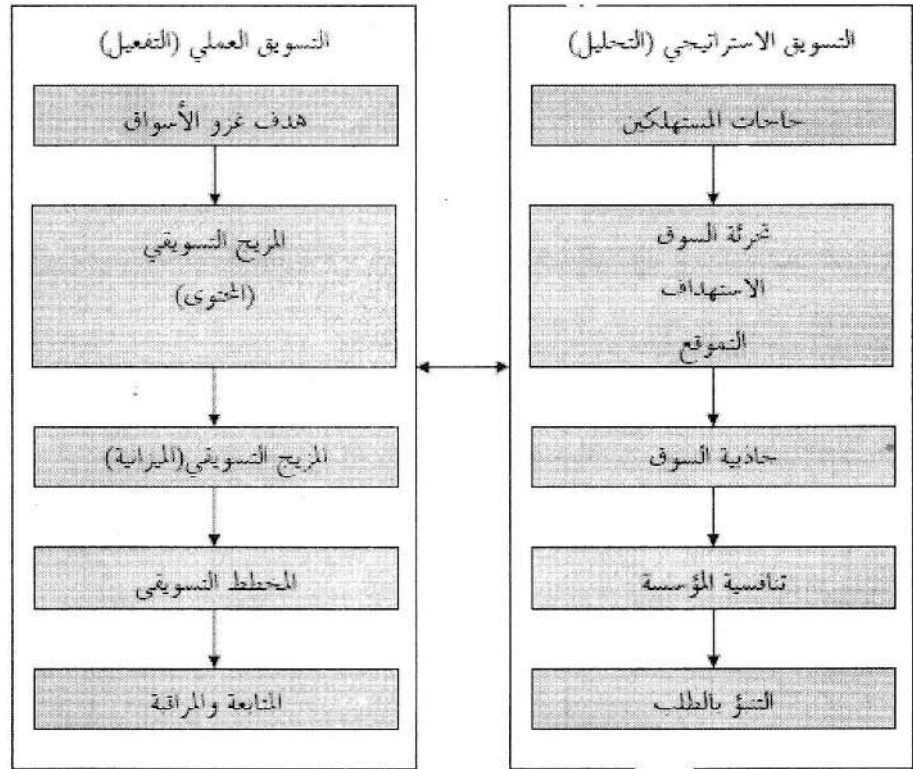
يركز على المدى القصير.

يركز على تنفيذ الخطط الاستراتيجية.

يتضمن لأنشطة اليومية مثل إعلانات، والعلاقات العامة، وبيع التجزئة.

يهدف إلى تحقيق أهداف محددة مثل: زيادة المبيعات أو الوعي بالعلامة التجارية.

## التسويق الإستراتيجي و التسويق العملي



إن التسويق الاستراتيجي في جوهره يهدف إلى مساعدة المؤسسة في تحديد واختيار:

- ✓ الأسواق والقطاعات التي تستهدف المؤسسة خدماتها .
- ✓ المنتجات التي يجب إنتاجها لمقابلة رغبات الأفراد في تلك الأسواق بكفاءة أكبر من المنافسين .
- ✓ الوسائل التسويقية التي يجب استخدامها من أجل تحقيق الأهداف التجارية المتمثلة في المردودية، النمو المضطرد و المتوازن للمبيعات، وتوسيع الحصة السوقية ...

## الفرق بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملي

التسويق العملي	التسويق الاستراتيجي
- اشباع الحاجات	- تحليل الحاجيات
- استهداف الأجزاء السوقية	- تقسيم السوق
- المزيج التسويقي	- تحليل الفرص التسويقية
- ميزانية التسويق	- تحليل المنافسة والعمل على ايجاد ميزة تنافسية
- التنفيذ والرقابة	- تصميم الاستراتيجية التسويقية