



جامعة ميلة المجاهد عبد الحفيظ بوالصوف

السنة الثالثة تخصص التسويق

الموسم الجامعي: 2025/2026

محاضرات في مادة : التسويق العملي

operational marketing



من تقديم: د. معاذ ميمون

المحتويات :

المحور الأول: مدخل مفاهيمي الى التسويق الحديث.

المحور الثاني: مفهوم التسويق العمليتي ومكانته في الادارة التسويقية.

المحور الثالث: سياسة المنتج.

المحور الرابع: سياسة التسعير.

المحور الخامس: سياسة التوزيع.

المحور السادس: سياسة الاتصال.

المحور السابع: تنفيذ ومراقبة المزيج التسويقي.



المحور الثاني:

**مفهوم التسويق العلمي
ومكانته في الإدارة
التسويقية**



تمهيد

التسويق العملياتي



يُعد التسويق العملياتي أو التشغيلي مجالاً حاسماً يؤثر على أداء الشركات. حيث أنّ التسويق العملياتي هو أحد المستويات الأساسية في إدارة التسويق، ويُقصد به مجموعة الأنشطة التنفيذية قصيرة ومتوسطة الأجل التي تهدف إلى تطبيق الاستراتيجية التسويقية وتحقيق الأهداف البيعية والحصص السوقية. ويتطلب تنفيذ هذه الإجراءات عدة خطوات وبالترتيب كما يلي:

1. دراسة السوق التي تهدف إلى فهم مشاكل السوق.
2. التسويق الاستراتيجي الذي يحدد التوجّه العام والأهداف طويلة المدى.
3. التسويق العملياتي، الذي يُقسّم الأهداف إلى نقاط عمل ملموسة على المدى القصير.

العملياتي

التسويق





تعريف التسويق العملياتي

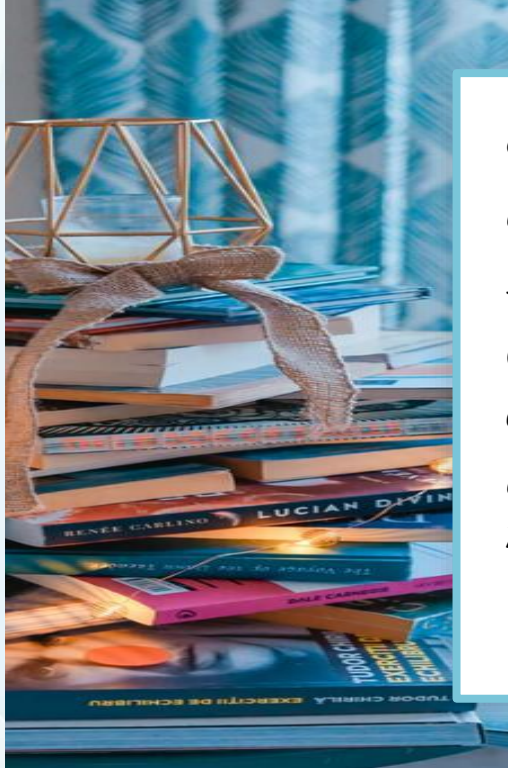
01 التعريف

"يشير التسويق العملياتي أو التشغيلي إلى الأنشطة والتكتيكات اليومية التي تستخدمها الشركة لتنفيذ استراتيجيتها التسويقية وتحقيق أهدافها قصيرة المدى. ويركز على التنفيذ العملي وإدارة عناصر المزيج التسويقي، وضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية الأوسع من خلال خطوات محددة وقابلة للتنفيذ. غالبًا ما يكون هذا النوع من التسويق تكتيكيًا وقابلًا للقياس ومرتبطة بشكل مباشر بمشاركة العملاء والمبيعات".



02 التعريف

"هو تطبيق تلك القرارات والسياسات التي اتُخذت على مستوى التسويق الاستراتيجي على أرض الواقع، وهو سياسة تطبق على المدى القصير والمتوسط وينبغي أن يتم تكييفها بشكل دائم مع ظروف السوق. فالتسويق العملياتي هو حلقة الوصل بين الأفعال على أرض الواقع التي يجب أن تكون ملائمة بشكل دائم مع استراتيجية التسويق المرتبطة بالتوجهات والسياسات العامة".





أهمية التسويق العملياتي

يُعد التسويق العملياتي أمرًا بالغ الأهمية، إذ يُحوّل الرؤى الاستراتيجية إلى خطوات عملية، مما يضمن تأثيرًا فوريًا في السوق. ويشمل ذلك تكتيكات متنوعة، مثل الحملات الترويجية، واستراتيجيات التوزيع، وتعديلات الأسعار، وتحديد موقع المنتجات بشكل شامل. حيث خلال دمج هذه الإجراءات، يُمكن للشركات تحقيق نتائج ملموسة وتعزيز حضورها في السوق.

ومن الضروري الإشارة الى أنّ التسويق العملياتي يعتمد على التسويق الاستراتيجي والمعلومات والبيانات الميدانية وهذا من أجل وضع وتحديد إجراءات عملية ملموسة في سبيل تحقيق الأهداف التسويقية للشركة. حيث من الممكن (بل ينبغي) تعديل هذه الإجراءات المحددة بمرور الوقت بناءً على الملاحظات والأداء.

باختصار، التسويق العملياتي هو الذي يجعل الاستراتيجية مجسدة على أرض الواقع، فهو مجال يتطلب الاهتمام بالتفاصيل، والمرونة، والتركيز على النتائج القابلة للقياس.





أهمية التسويق العملياتي

يتيح التسويق العملياتي القوي للشركة وفرق العمل فهم جيد للاستراتيجية ومحاولة تقسيمها إلى إجراءات جزئية وصغيرة، والتي يتخذها فريق العمل لضمان توافقها مع الاستراتيجية. عندما تكون عمليات التسويق الجيدة قيد التنفيذ (من ناحية تحديد المهام والموظفين المسؤولين عنها والتوقيت وحجم العمل وأهدافه بالتفصيل)، تكون الخطوات واضحة للعاملين في التسويق، بغض النظر عن صعوبتها. ويمكن القول أن التسويق العملياتي مهم بسبب أنه :

- ✓ يضمن تنفيذ استراتيجيات التسويق بفعالية وكفاءة.
- ✓ يساعد الشركات على الاستجابة بسرعة لتغيرات السوق واحتياجات الزبائن.
- ✓ يحقق نتائج قصيرة الأجل، مثل زيادة المبيعات، وزيادة عدد العملاء المحتملين، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.



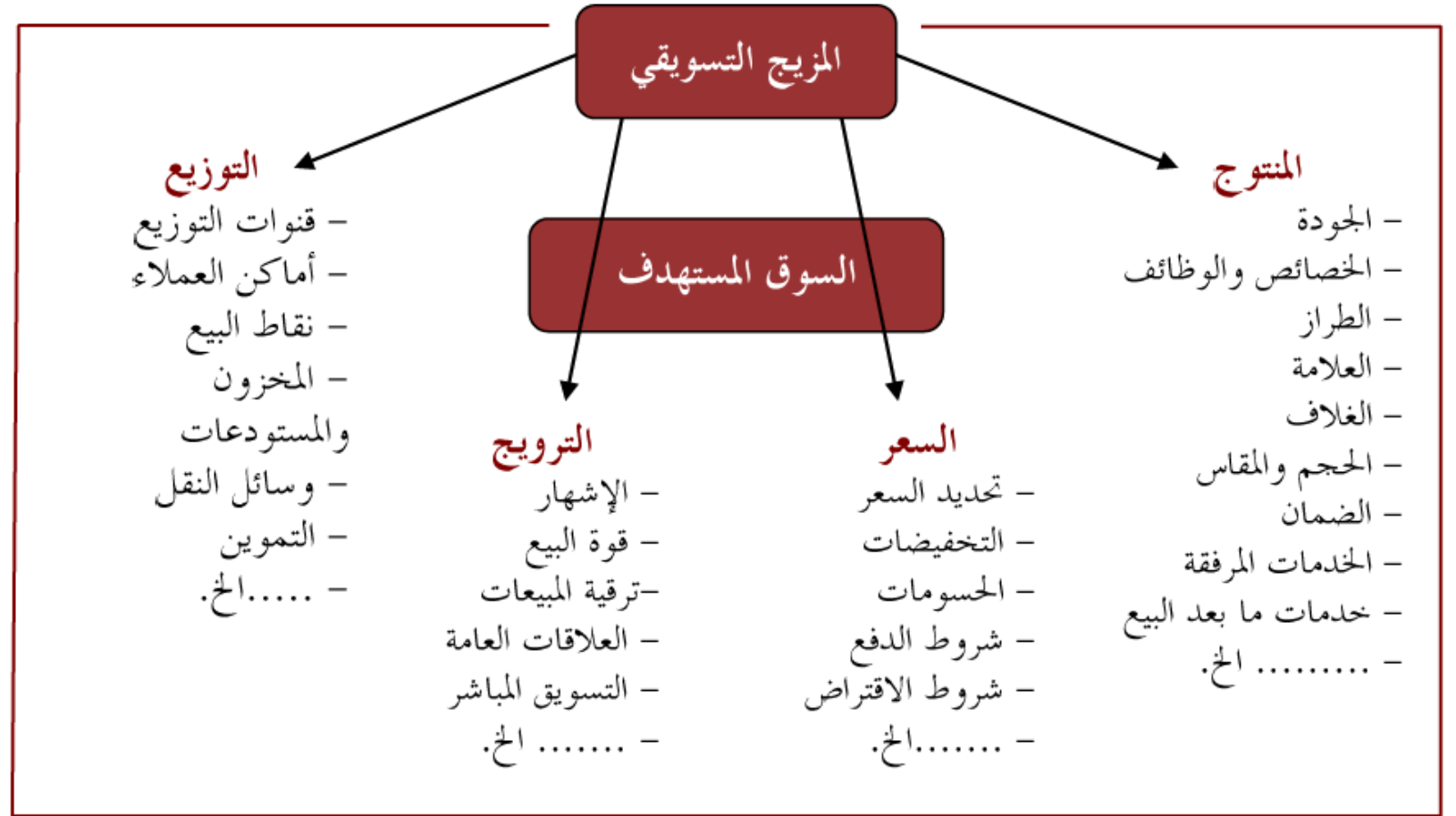


ركائز التسويق العملياتي

مهم

4P's

يرتكز التسويق العملياتي على 4 مجالات أساسية متمثلة في عناصر المزيج التسويقي : سياسات المنتج، سياسات السعر، سياسات الترويج وسياسات التوزيع.
(كما يوضحها الشكل المقابل)



المزيج التسويقي كركيزة للتسويق العملياتي

يتمثل المزيج التسويقي بالمتغيرات الأربعة في البرنامج التسويقي للشركة و هي : المنتج، السعر، التوزيع، الترويج. وهذه المتغيرات يمكن السيطرة عليها من قبل إدارة الشركة لإنجاز و تحقيق أهدافها الخاصة والمرتبطة مع البيئة التسويقية، أين يعتبر السوق المستهدف المحور الرئيسي الذي يركز عليه في صياغة المزيج التسويقي والتسويق العملياتي والمنصب أساسا نحو إشباع حاجات ذلك السوق، المعبر عنه بالمستهلكين.

نشأت فكرة المزيج التسويقي سنة 1960 من طرف الباحث مكارثي Mccarthy إذ تم تحديده في أربعة عناصر أساسية 4P هي "المنتج Product، السعر price الترويج promotion، التوزيع place " في كتابه **Basic Marketing, a managerial approach** المنشور سنة 1960.

المزيج التسويقي واحد من اهم العناصر لأي استراتيجية تسويقية بل إنه يعد التسويق نفسه، فالمنتج الجيد والسعر الملائم و الترويج والتوزيع المناسبين هي قرارات استراتيجية يجب على الشركة الاقتصادية تحديدها و تنفيذها للوصول إلى اهدافها بكفاءة و فعالية، و إذا ما أريد المزيج التسويقي أن يكون أداة فعالة و مؤثرة في تمكين الشركة من تحقيق أهدافها فلا بد من توافر بعض الخصائص اهمها:

- ✓ أن يكون عناصره مكملة لبعضها البعض.
- ✓ ان تكون تلك العناصر مترابطة و متفاعلة فيما بينها.
- ✓ أن تكون عناصر المزيج متوازنة يما بينها لتجنب الوقوع في خطأ الإهتمام بعنصر دون الآخر.



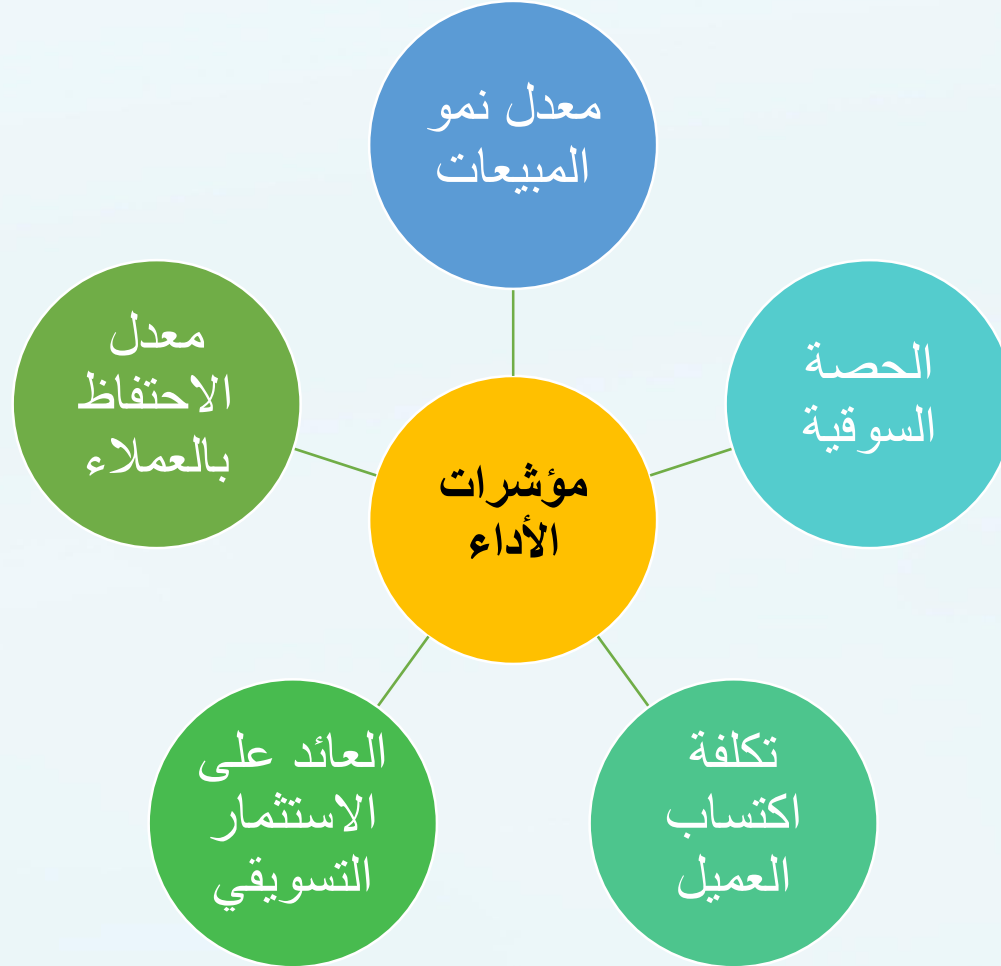
المزيج التسويقي الحديث 4C's

كما أن المزيج التسويقي يجب أن يتبنى نظرة المستهلك إلى السوق وليس فقط نظرة المسوق، فنظرة المسوق تكون بشكل 4P's بينما نظرة المستهلك تأخذ شكل 4C's وهي كالتالي :

4C	←	4P
Customer value	←	المنتج
Cost to the customer	←	السعر
Cenvenience	←	المكان
Communication	←	الترويج



مؤشرات الأداء في التسويق العملياتي





التسويق العملياتي

VS

التسويق الاستراتيجي

التسويق العمليّاتي مقابل التسويق الاستراتيجي



المشكل في أغلب الأحيان ليس في الخطة وانما في عملية تطبيقها !

يعتقد «توماس بوناما» أنّ معظم
استراتيجيات التسويق جيدة ولكن التسويق
يفشل في مرحلة التنفيذ.
حيث تفشل الكثير من استراتيجيات التسويق
الجيدة بسبب عدم القدرة على استخدام
تسويق عمليّاتي فعّال.

في حين أنّ كلاً من التسويق العمليّاتي والتسويق الاستراتيجي أساسيان لتحقيق أهداف التسويق، إلا أنّ
مناهجهما ومجالات تركيزهما تختلف اختلافاً كبيراً.

التسويق الاستراتيجي تحليلي، إذ يحدد فرص السوق الجديدة والأهداف طويلة المدى. ويركز على أبحاث
السوق، وتحليل اتجاهات المستهلك والسوق، ومواءمة الابتكارات التكنولوجية مع احتياجات السوق.. الخ.

في المقابل، يركّز التسويق العمليّاتي على التنفيذ التكتيكي لهذه الاستراتيجيات، ويعالج ظروف السوق الحالية
ويهدف إلى تحقيق نتائج فورية. تشمل الأنشطة الرئيسية تطبيق المزيج التسويقي (المنتج، والسعر، والتوزيع،
والترويج) لتحقيق الأهداف المحددة.

إنّ فهم الاختلافات بين هذه الأساليب يُمكن الشركات من الحفاظ على التوازن وضمان النمو طويل الأجل
والفعالية الفورية.

من الأمثلة على التسويق العمليّاتي الناجح هو القيام بحملة ترويجية لإطلاق منتج جديد في السوق، باستخدام مزيج
من الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، والعروض الترويجية داخل المتجر،
بما يجعل الشركة تحقق إثارة الاهتمام وزيادة المبيعات الأولية.

إنّ إجراءات التسويق العمليّاتي الفعّالة كهذه لا تعزز المبيعات فحسب، بل تُعزز أيضاً مكانة العلامة التجارية في
السوق.





التسويق العملياتي مقابل التسويق الاستراتيجي

التسويق العملياتي



- 1- التركيز على المدى القصير: يُعنى بشكل أساسي بالأنشطة والتكتيكات اليومية الهادفة إلى تحقيق أهداف قصيرة المدى.
- 2- التنفيذ التكتيكي: يشمل التطبيق العملي لمبادرات التسويق، مثل الحملات الإعلانية، والتسويق عبر البريد الإلكتروني. ويهتم بالجوانب الأساسية لتنفيذ التسويق.
- 3- النتائج الفورية: ينصب التركيز هنا على تحقيق نتائج سريعة وملموسة.
- 4- تفاعل العملاء: يسعى التسويق العملياتي إلى التواصل مع العملاء الحاليين، وتلبية احتياجاتهم الفورية، وتحفيز تكرار التعامل معهم.
- 5- مرونة تخصيص الميزانية: يمكن تعديلها بناءً على الاحتياجات والفرص قصيرة المدى.

التسويق الاستراتيجي

- 1_ رؤية بعيدة المدى: يتبنى نهجاً شاملاً وطويل المدى.
- 2- التخطيط والتحليل: يبدأ بأبحاث وتحليلات سوقية مكثفة. ويتضمن تحديد اتجاهات السوق وشرائح العملاء والظروف التنافسية لصياغة استراتيجية تسويقية شاملة.
- 3- بناء العلامة التجارية: يُعد تطوير العلامة التجارية وتحديد موقعها جزءاً لا يتجزأ من التسويق الاستراتيجي. ويتعلق الأمر ببناء هوية تجارية قوية تلقى صدى لدى الجمهور المستهدف مع مرور الوقت.
- 4- قياس عائد الاستثمار: بينما يركز التسويق العملياتي على النتائج الفورية، يهدف التسويق الاستراتيجي إلى قياس عائد الاستثمار طويل المدى.
- 5- الثبات في تخصيص الموارد: عادةً ما يكون تخصيص الميزانية في التسويق الاستراتيجي أكثر ثباتاً، وهو مصمم لدعم الرؤية طويلة المدى.

ملاحظة :

يرى بعض الباحثين أن الإفراط في التركيز على التسويق العملياتي قد يؤدي إلى:

- إهمال الرؤية الاستراتيجية طويلة الأجل؛
- التركيز المفرط على المبيعات قصيرة المدى؛
- ضعف الابتكار.

ولهذا تؤكد الأدبيات الحديثة على التكامل بين المستويين.



Thank
you

