

جامعة المجاهد عبد الحفيظ بوالصوف ميلا  
المستوى: ماستر 1 القسم: علوم التسيير التخصص: إدارة مالية السداسي: الثاني  
المقياس: إدارة الإبداع والإبتكار السنة: 2025-2026

### السلسلة الخاصة ببحث الإبتكار التسويقي

#### اللعبة الأولى: "صيد التعريف الصحيح للإبتكار التسويقي"

المطلوب: من كل مجموعة اختيار التعريف الصحيح للإبتكار التسويقي من بين النماذج التالية:

#### النموذج 1 (التعريفات) الإبتكار التسويقي

1. هو تغيير شكل الإعلان فقط
2. هو إدخال تحسينات جديدة في طرق التسويق والتوزيع والتسعير والترويج
3. هو إنتاج منتج جديد كليا
4. هو تخفيض الأسعار لجذب العملاء

#### النموذج 2 (التعريفات) الإبتكار التسويقي

1. هو استخدام التكنولوجيا في الإنتاج فقط
2. هو تطوير طرق جديدة للتواصل مع العملاء وتقديم القيمة لهم
3. هو زيادة عدد الإعلانات
4. هو تحسين جودة المنتج فقط

#### النموذج 3 (التعريفات) الإبتكار التسويقي

1. يعني تقليد المنافسين الناجحين
2. هو إدخال أفكار جديدة في كيفية تصميم المنتج وتسعيره وترويجه وتوزيعه
3. هو بيع المنتج بسعر منخفض
4. هو الاعتماد على الإعلان التلفزيوني فقط

#### النموذج 4 (التعريفات) الإبتكار التسويقي

1. هو تغيير شعار الشركة
2. هو تقديم عروض تخفيض فقط
3. هو استخدام طرق جديدة ومبتكرة في التسويق لتحسين الأداء والوصول للعملاء
4. هو تحسين الإنتاج فقط

#### النموذج 5 (التعريفات) الإبتكار التسويقي

1. هو زيادة عدد المنتجات
2. هو إدخال تغييرات مبتكرة في طريقة تقديم المنتج أو الخدمة في السوق
3. هو تخفيض التكاليف فقط
4. هو توسيع المصنع

جامعة المجاهد عبد الحفيظ بوصوف ميلة  
المستوى: ماستر 1 القسم: علوم التسيير التخصص: إدارة مالية السداسي: الثاني  
المقياس: إدارة الإبداع والابتكار  
السنة: 2025-2026

### النموذج 6 (التعريفات) الابتكار التسويقي

1. الابتكار التسويقي هو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فقط
2. هو إعادة تصميم تجربة العميل باستخدام أساليب جديدة في المزيج التسويقي
3. هو تحسين العمليات الإنتاجية
4. هو زيادة الأرباح فقط

### النموذج 7 (التعريفات) الابتكار التسويقي

1. الابتكار التسويقي هو أي تغيير في المؤسسة
2. هو تغيير استراتيجي في كيفية الوصول للعميل والتأثير عليه باستخدام أدوات جديدة
3. هو التوسع في السوق فقط
4. هو زيادة عدد الموظفين

### اللعبة الثانية: "الإجابة على الوضعيات"

المطلوب: من كل مجموعة قراءة الوضعيات والإجابة على أسئلتها حسب الحالات التالية:

#### الحالة 1: حملة مبتكرة لمياه معدنية

الوضعية: شركة جزائرية لإنتاج المياه المعدنية تعاني من منافسة قوية في السوق، حيث أن المنتجات متشابهة من حيث الجودة والسعر. قررت الشركة إطلاق حملة تسويقية جديدة تعتمد على منصة (TikTok) من خلال تحديات ومسابقات تفاعلية تستهدف الشباب.

#### المطلوب من كل مجموعة

1. تحديد نوع النشاط (ابتكار تسويقي أم تسويق ابتكار)، مع تبرير الإجابة.
2. تحديد عنصر المزيج التسويقي الذي تم الابتكار فيه.
3. اقتراح فكرة إضافية لتعزيز الحملة.

#### الحالة 2: إطلاق تطبيق دفع إلكتروني

نص الوضعية: شركة ناشئة في الجزائر قامت بتطوير تطبيق جديد يسمح بالدفع الإلكتروني بسهولة وأمان، مع ميزات لم تكن موجودة سابقاً في السوق المحلي.

#### المطلوب

1. تحديد هل الحالة تمثل ابتكار تسويقي أو تسويق الابتكار
2. شرح السبب
3. اقتراح استراتيجية تسويقية مناسبة لإطلاق التطبيق
4. تحديد أهم فائدة متوقعة من هذا الابتكار

جامعة المجاهد عبد الحفيظ بوالصوف ميلا  
المستوى: ماستر 1 القسم: علوم التسيير التخصص: إدارة مالية السداسي: الثاني  
المقياس: إدارة الإبداع والابتكار  
السنة: 2025-2026

### الحالة 3: بنك رقمي بدون وكالات

نص الوضعية: أحد البنوك قرر إلغاء الوكالات التقليدية والاعتماد بالكامل على تطبيق رقمي يسمح للعملاء بفتح حسابات وإجراء كل العمليات البنكية عبر الهاتف.

المطلوب

1. تحديد نوع الابتكار التسويقي
2. تحديد عنصر المزيج التسويقي المعني
3. تحليل أثر هذا الابتكار على :
  - العملاء
  - التكاليف
4. اقتراح مخاطر محتملة

### الحالة 4: متجر يستخدم الواقع المعزز

نص الوضعية: متجر إلكتروني بدأ باستخدام تقنية الواقع المعزز، حيث يمكن للزبائن تجربة المنتجات (مثل الملابس أو النظارات) افتراضيا قبل الشراء.

المطلوب

1. تحديد مجال الابتكار وهل هو ابتكار في المنتج أم في الترويج؟ ولماذا؟
2. تحليل أثر هذا الابتكار على تجربة العميل واقتراح تطوير إضافي للفكرة.

### الحالة 5: نموذج تسعير جديد (Freemium)

نص الوضعية: شركة تقدم تطبيقاً مالياً اعتمدت نموذج "مجاني + خدمات مدفوعة"، حيث يمكن للمستخدمين الاستفادة من الخدمات الأساسية مجاناً، بينما يتم دفع اشتراك للحصول على ميزات متقدمة.

المطلوب

1. تحديد نوع الابتكار
2. شرح كيف يساهم هذا النموذج في جذب العملاء
3. تحليل تأثيره على الإيرادات
4. اقتراح تحسين لنموذج التسعير

### الحالة 6: حملة بالموثرين

نص الوضعية: بنك تقليدي يسعى لتحسين صورته لدى الشباب، فقام بالتعاون مع مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم محتوى مبسط حول الادخار والاستثمار.

المطلوب

1. تحديد نوع الابتكار التسويقي

جامعة المجاهد عبد الحفيظ بوصوف ميلا  
المستوى: ماستر 1 القسم: علوم التسيير التخصص: إدارة مالية السداسي: الثاني  
المقياس: إدارة الإبداع والابتكار  
السنة: 2025-2026

2. تحديد عنصر المزيج التسويقي
3. تحليل عوامل نجاح هذه الحملة
4. اقتراح مؤشر لقياس نجاحها (KPI)

#### الحالة 7: تطبيق يقدم نصائح ذكية

نص الوضعية: تطبيق مالي جديد يقدم للمستخدمين تحليلاً تلقائياً لمصاريفهم، ويقترح نصائح للاذخار بناءً على سلوكهم المالي باستخدام الذكاء الاصطناعي.

المطلوب

1. تحديد نوع الابتكار
2. تحديد المجال (تجربة المستخدم، تحليل البيانات...)
3. إبراز القيمة المقدمة للعميل
4. اقتراح استراتيجية ترويج مناسبة

#### الحالة 8: فشل ابتكار تسويقي

نص الوضعية: شركة أطلقت حملة تسويقية مبتكرة لكنها فشلت في تحقيق النتائج المرجوة، بسبب عدم فهم سلوك العملاء وعدم توافق الفكرة مع احتياجات السوق.

المطلوب

1. تحديد سبب الفشل
2. ربط الحالة بعوامل نجاح الابتكار
3. اقتراح حلول لتصحيح الوضع
4. استخراج درس إداري من الحالة

#### الحالة 9: خدمة توصيل مبتكرة

نص الوضعية: شركة توصيل جديدة قررت التميز من خلال تقديم خدمة تتبع مباشر للطلبات، مع إشعارات فورية للعميل وتحديد وقت دقيق للوصول.

المطلوب

1. تحديد مجال الابتكار
2. تحليل تأثيره على رضا العميل
3. ربطه بفوائد الابتكار التسويقي
4. اقتراح إضافة إبداعية جديدة

جامعة المجاهد عبد الحفيظ بوصوف ميلة  
المستوى: ماستر 1 القسم: علوم التسيير التخصص: إدارة مالية السداسي: الثاني  
المقياس: إدارة الإبداع والإبتكار  
السنة: 2025-2026

### الحالة 10: تخصيص الخدمات

نص الوضعية: شركة مالية بدأت تقدم عروضاً وخدمات مخصصة لكل عميل بناءً على بياناته وسلوكه المالي.

المطلوب

1. تحديد نوع الاستراتيجية (Customization)
2. تحليل أثرها على ولاء العملاء
3. تحديد المخاطر المحتملة (خصوصية، بيانات...)
4. اقتراح طريقة تطبيقها في بنك جزائري.

BENTAYEB