

المحاضرة 18

"تحليل الفجوات واتخاذ الإجراءات التصحيحية في تنفيذ المزيج التسويقي
باستخدام بطاقة الأداء المتوازن"

في عالم التسويق، من الضروري مراقبة الأداء بانتظام لتحديد أي فجوات قد تؤثر على فعالية استراتيجيات المزيج التسويقي. تحليل الفجوات هو عملية تحديد الفجوات بين الأهداف المسطرة والأداء الفعلي على أرض الواقع. من خلال دمج بطاقة الأداء المتوازن في تحليل الفجوات، يمكن للشركات تحديد مكامن القوة والضعف في استراتيجيات المزيج التسويقي، واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة لتحسين الأداء العام.

1. مفهوم تحليل الفجوات في التسويق

تحليل الفجوات هو عملية مقارنة بين الأداء الفعلي والأهداف المحددة مسبقًا. عندما يظهر أن هناك فجوة بين ما تم التخطيط له وما تحقق على أرض الواقع، يمكن أن يكشف التحليل عن الأسباب الجذرية لهذه الفجوة. قد تكون هذه الفجوات نتيجة لعدة عوامل مثل:

• استراتيجيات التسويق غير الفعالة.

• تغيرات السوق.

• التقنيات أو الأدوات المستخدمة.

• سلوك المستهلكين غير المتوقع.

2. استخدام بطاقة الأداء المتوازن لتحليل الفجوات

بطاقة الأداء المتوازن توفر هيكلًا مرناً لتحليل الأداء عبر أربعة منظورات رئيسية:

1. المنظور المالي

2. المنظور العملاء

3. المنظور العملياتي الداخلي

4. المنظور التعليمي والنمو

كل منظوريحتوي على مجموعة من الأهداف والمقاييس التي يمكن استخدامها لتحديد الفجوات. عندما يتم اكتشاف أي فجوة في الأداء، يمكن اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

بطاقة الأداء المتوازن



• أهمية بطاقة الأداء المتوازن

• تحقيق التوازن بين الأهداف المالية وغير المالية.

• تحقيق رؤية استراتيجية واضحة.

• قياس الأداء من زوايا متعددة.

• تحفيز التحسين المستمر.

• اتخاذ قرارات مستنيرة.

• توجيه العمليات إلى النتائج المستدامة.

خطوات تحليل الفجوات في تنفيذ المزيج التسويقي باستخدام بطاقة الأداء المتوازن

1. تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لكل منظور من بطاقة الأداء المتوازن

لكل من المنظورات الأربعة في بطاقة الأداء المتوازن، يتم تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية المناسبة. هذه المؤشرات تساعد في قياس ما إذا كانت الأهداف الاستراتيجية للمزيج التسويقي تحقق النتائج المرجوة.

• المنظور المالي:

- العائد على الاستثمار (ROI).
- نمو الإيرادات.
- نسبة الربحية.

• المنظور العملاء:

- رضا العملاء.
- حصة السوق.
- ولاء العملاء.

• المنظور العملي الداخلي:

- كفاءة العمليات التسويقية.
- زمن التسليم للمنتجات.
- تحسين العمليات التشغيلية

• المنظور التعليمي والنمو:

- تدريب وتطوير المهارات.
- استخدام التقنيات الحديثة في التسويق.
- الابتكار في استراتيجيات التسويق.

•مقارنة الأداء الفعلي مع الأهداف:

باستخدام المقاييس المحددة في بطاقة الأداء المتوازن، قارن الأداء الفعلي مع الأهداف الموضوعة مسبقًا.

•اكتشاف الفجوات:

إذا كان هناك فرق بين الأهداف والنتائج الفعلية، يعتبر ذلك فجوة يجب تحليلها. قد تكون الفجوة في أي من المنظورات

الأربعة.

• تحليل الأسباب الجذرية:

حدد الأسباب التي أدت إلى الفجوة، مثل ضعف التسويق الرقمي، مشاكل في استراتيجيات التسعير، أو فشل في خدمة العملاء.

• اتخاذ الإجراءات التصحيحية:

بناءً على التحليل، حدد الإجراءات التصحيحية مثل تعديل الأسعار، تحسين الحملات الترويجية، تحسين القنوات الرقمية، أو تدريب فريق التسويق.