

# MICROSOFT

© Microsoft Corporation

من اعداد:

بوحنيك ابن باديس

شبري الياس طارق أيوب

# نشأة وتطور الشركة

شركة مايكروسوفت (**Microsoft**) هي شركة تكنولوجية أمريكية مقرها في ريدموند واشنطن، تأسست في عام **1975** على يد **بيل جيتس وبول ألين**. تعد **مايكروسوفت** واحدة من أكبر الشركات التكنولوجية في العالم، وتتميز بتصميم وتطوير البرامج والأنظمة التي تعمل على أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الألعاب وغيرها .

كما تسعى **مايكروسوفت** دائماً إلى تطوير وتحسين التكنولوجيا بشكل عام، وتتمتع بسجل حافل في الابتكار والتقنية، وتهدف شركة مايكروسوفت إلى تمكين الناس والشركات من تحقيق المزيد من الإنجازات من خلال تقديم تقنيات مبتكرة ومنتجات عالية الجودة .



الصناعة: تكنولوجيا المعلومات  
تأسست: 4 أبريل 1975؛ منذ 49 عامًا في ألبوكيركي، نيو مكسيكو،  
الولايات المتحدة

المؤسسون: بيل غيتس، بول ألين  
المقر الرئيسي: طريق مايكروسوفت 1، ريدموند، واشنطن، الولايات  
المتحدة

المنطقة التي يتم تقديم الخدمات فيها: عالميًا  
الأشخاص الرئيسيون: ساتيا ناديلا (رئيس مجلس الإدارة والرئيس  
التنفيذي)، براد سميث (نائب الرئيس ورئيس العمليات)، بيل غيتس  
(مستشار تقني)

الإيرادات: 211.9 مليار دولار أمريكي (2023)  
الدخل التشغيلي: 88.5 مليار دولار أمريكي (2023)  
صافي الدخل: 73.4 مليار دولار أمريكي (2023)  
عدد الموظفين: 221,000 (2023)  
الموقع الإلكتروني: [microsoft.com](https://www.microsoft.com)





**MICROSOFT**  
**MARKETING**  
**MIX**

# المنتج PRODUCT

بدأت شركة Microsoft كمطورة برامج. ومع ذلك، فقد نمت الأعمال منذ ذلك الحين لتشمل مجموعة متزايدة من المنتجات، كما هو موضح في مزيج منتجاتها، فئات المنتجات في مزيج تسويق Microsoft هي كما يلي:

تقدم شركة مايكروسوفت العديد من المنتجات ضمن فئة البرامج، والتي تنقسم بدورها إلى أدوات الإنتاجية وأدوات التعاون و أدوات الإدارة  
ومن بين المنتجات الأكثر شهرة ضمن فئة الإنتاجية، WORD, EXCEL, POWERPOINT, OUTLOOK, EXCHANGE ...  
و بالنسبة للتعاون، تقدم شركة مايكروسوفت برامج وخدمات متنوعة مثل Skype و Microsoft Teams و Bing Search و OneDrive  
و بالنسبة للمؤسسات، تمتلك أدوات إدارة مثل LinkedIn و Dynamics 365 وأدوات Power BI

لظالما كان نظام التشغيل Windows من Microsoft أحد الحلول المفضلة لأجهزة الكمبيوتر الشخصية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة. حيث تم تأسيس إرث Windows منذ إنطلاقه، ويتم إطلاق إصدارات جديدة كل بضع سنوات مثل Windows 10 و Windows 11 وما إلى ذلك.

Microsoft Azure هو أحد حلول الخدمات السحابية الرائدة التي تقدمها الشركة. توفر الشركة البنية الأساسية السحابية للاستضافة للشركات وكذلك عملاء التجزئة.

تحت علامتها التجارية Microsoft Surface، تقدم الشركة أجهزة الكمبيوتر المحمولة وسماعات الرأس ولوحات اللمس وما إلى ذلك.

## البرمجة

## أنظمة التشغيل

## الخدمات السحابية

## الأجهزة

# التوزيع PLACEMENT



يمكن للعملاء الوصول إلى منتجات البرامج أو شرائها أو تنزيلها من خلال الموقع الرسمي لشركة **Microsoft** والمتجر عبر الإنترنت. وهذا المكان عبر الإنترنت هو طريق رئيسي لإيرادات الشركة.

المواقع والتطبيقات  
الرسمية

يشمل مزيج التسويق الخاص بشركة **Microsoft** أيضاً البائعين المعتمدين، الذين يوفرون نهجاً مباشراً للمبيعات والتسويق. هؤلاء البائعون يتركزون عادةً في مناطق تجارية استراتيجية لتمكين الشركة من الوصول إلى الأسواق المستهدفة.

الموزعين المعتمدين



تعد مراكز تجربة **Microsoft** مواقع مادية حيث يمكن للعملاء الوصول إلى منتجات الشركة، مثل أجهزة **Surface** هذه الأماكن المادية، على الرغم من محدودية عددها فهي نهج مباشر للتسويق يعزز صورة العلامة التجارية للشركة ويحسن تجربة العملاء.

مراكز التجربة

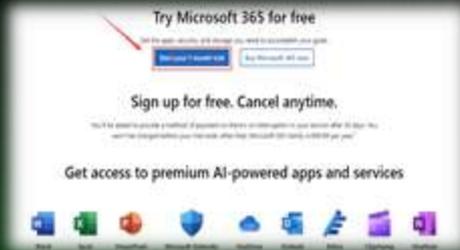
# التسعير PRICING

لقد استحوذت شركة مايكروسوفت على حصة كبيرة من السوق. تعتمد استراتيجية التسعير التي تنتهجها شركة مايكروسوفت على القطاعات المختلفة والمنافسين الذين تواجههم في السوقية حيث تتبع الاستراتيجيات التالية :



تحدد مايكروسوفت أسعار العديد من منتجاتها بناءً على عوامل السوق، مثل تسعير المنافسين وطلب المستهلكين...

استراتيجية التسعير  
الموجهة نحو السوق



وتنطوي هذه الاستراتيجية على تقديم منتج مجاناً، وتطلب الدفع مقابل وظائف أو ميزات إضافية. مما يسمح بالتجربة قبل أن يقوم العملاء بالشراء النهائي.

استراتيجية التسعير  
المجانية

تطبق شركة **Microsoft** في مزيجها التسويقي استراتيجية التسعير "الدفع حسب الاستخدام" لمنتجات **Azure** السحابية. وتتضمن هذه الاستراتيجية فرض رسوم بناءً على مقدار استخدام العملاء بدلاً من الأسعار الثابتة. وتكمن ميزة استراتيجية التسعير هذه في مرونتها في مطابقة الأسعار واحتياجات العملاء. ومن خلال استراتيجية التسعير هذه، تجذب استراتيجية التسويق لشركة **Microsoft** العملاء الحساسين للسعر.

استراتيجية الدفع  
حسب الاستخدام



# الترويج PROMOTION

ان هدف شركة مايكروسوفت في هذا العنصر من مزيجها التسويقي هو تنفيذ استراتيجيات وتكتيكات اتصال تسويقية فعالة. يعمل مزيج الترويج الخاص بالشركة على جذب وإقناع العملاء المستهدفين من خلال تسليط الضوء على قيمة المنتج وقيمة العلامة التجارية من خلال :

الإعلان

ان أكبر نفقات الترويج التي تنفقها شركة مايكروسوفت هي الإعلانات، والتي تعمل على تعزيز صورة الشركة وإقناع العملاء بشراء منتجات الشركة

## تنشيط المبيعات

تقدم الشركة خصومات وحوافز أخرى لجذب العملاء. على سبيل المثال، يمكن للطلاب شراء أجهزة الكمبيوتر المحمولة والأجهزة اللوحية **Surface** بأسعار مخفضة

## التسويق المباشر

ويطبق التسويق المباشر في مؤسسة ميكروسوفت للمبيعات بالجملة مع المؤسسات، مثل المؤسسات الأكاديمية والشركات الأخرى.

## البيع الشخصي

يقدم الموظفون في مراكز تجربة مايكروسوفت المنتجات وميزاتها للمشتريين المحتملين.

## العلاقات العامة

تم تنفيذها من خلال المنح والجمعيات الخيرية والخصومات الجماعية للمنظمات المؤهلة، مثل المنظمات غير الربحية. يتم تنفيذ التبرعات والأنشطة ذات الصلة من خلال هذا الذراع الخيري لشركة **Microsoft** على سبيل المثال، تتبرع الشركة بأجهزة الكمبيوتر ومنتجات البرامج للمنظمات غير الربحية وتقدم الدعم المالي للبرامج التي تساعد الآخرين.



# SWOT ANALYSIS

## STRENGTHS

- القيمة السوقية الضخمة
- أكبر شركة تكنولوجية
- منتجات سهلة الاستخدام
- سمعة العلامة التجارية القوية



## OPPORTUNITIES

- انتاج أجهزة مايكروسوفت
- الاستثمار من أجل تحسين الأمن السيبراني
- صناعة الألعاب
- مبادرات الاستدامة

## WEAKNESSES

- تأثير الأمن السيبراني
- الاعتماد على شركات تصنيع الاجهزة
- ارتفاع أسعار المنتجات و الخدمات
- مشاكل التكامل

## THREATS

- شدة المنافسة
- مواكبة السوق المتغير باستمرار
- قابلية التعرض للاختراق السيبراني



# PESTEL ANALYSIS





# العوامل السياسية

القطاعات العامة  
و العلاقات  
الحكومية

الاستقرار  
السياسي

لوائح  
الحكومة

يمكن أن تؤثر علاقات **Microsoft** مع الحكومة عالمياً على الشركة. إذ تعتبر الحكومات مستهلكاً مهماً لشركة **Microsoft**، و يمكن أن تؤدي التغييرات في الحكومة إلى تغييرات في توقيع العقود للشركة.

يؤثر الاستقرار السياسي على قرارات مايكروسوفت. بحيث يعتبر الطرف المناسب لإنشاء المكاتب ومراكز البيانات ومراكز الدعم. و إذا كان هناك عدم استقرار سياسي، فإن الشركة في الجانب السيئ.

يمكن أن تؤثر اللوائح على **Microsoft** ( الضرائب وسياسات الاستيراد والتصدير وخصوصية البيانات). كما يجب على الشركة اتباع بعض اللوائح من الدول الأخرى.



# العوامل الاقتصادية

## طلب السوق

قد تؤثر حالة الاقتصاد على الطلب الاقتصادي. وأفضل مثال هو عند ازدهار الاقتصاد بنفق العملاء والشركات على الشركة. ويشمل البرامج والأجهزة والخدمات السحابية.

## التضخم الاقتصادي

قد تؤثر معدلات التضخم على تكلفة رأس مال الشركة. ومن الجيد أيضاً أن تسعى الشركة إلى عمليات استحواذ كبيرة.

## معدل التحويل

تتعامل مايكروسوفت مع عملات مختلفة، حيث تؤثر التغييرات في أسعار الصرف على ربحية **Microsoft** فمثلا الدولار الأمريكي الجيد يمكن أن يجعل مايكروسوفت أكثر تكلفة في السوق. كما أن القيمة المنخفضة يمكن أن تؤثر عليه أيضاً.

# العوامل الاجتماعية

زيادة التنوع  
الثقافي



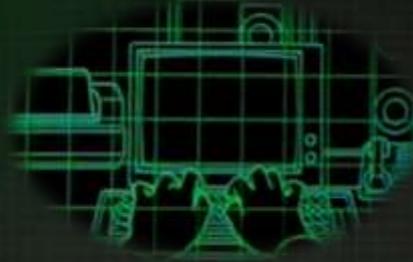
الموقف  
المستقر حول  
الترفيه

التنوع الثقافي هو عامل اجتماعي آخر والذي يعد تهديدا للشركة، خاصة فيما يتعلق بعدم التطابق في البيئة الكلية.

الموقف المستقر تجاه الترفيه يجلب فرصة للشركة لتحسين المنتجات والخدمات. وأفضل مثال على ذلك هو زيادة استثماراتها في منتجات الكمبيوتر المبتكرة وأجهزة xbox

# العوامل التكنولوجية

حجم المعاملات  
عبر الانترنت



التبني السريع  
لتكنولوجيا  
الهاتف المحمول

تتمتع **Microsoft** بفرص بسبب ارتفاع المعاملات عبر الإنترنت. كما تواجه الشركة تهديدات من حجم المعاملات عبر الإنترنت. يتعلق الأمر بارتفاع متساوٍ في هجمات الجرائم الإلكترونية. بهذه الطريقة، يتوجب على الشركة إيجاد حل

الأجهزة المحمولة يمكن أن تساعد الشركة. لكن هذه التكنولوجيا الخارجية يمكن أن تشكل أيضاً تهديداً على مايكروسوفت. إذ يمكن لشركات أخرى استخدام هذه الأخيرة لنموها.

# العوامل البيئية

أنظمة البيئة  
والاستدامة



تزايد التفضيلات  
للمنتجات  
الخضراء

أصبحت الحكومة صارمة في اللوائح. إنه من أجل الاستدامة والمسؤولية. يتعين على الشركة اتباع القواعد لإظهار الاهتمام بالبيئة.

يفضل المستهلكون المنتجات الخضراء. حيث ستكون فرصة للشركة لتحسين سمعتها وإنتاج منتجات أكثر صداقة للبيئة.

# العوامل القانونية

تطوير قوانين  
براءات  
الاختراع



القوانين  
البيئية

هذا العامل قد يؤثر على الشركة، ويشمل إدارة النفايات، والانبعاثات... أفضل الأمثلة هي مراكز البيانات وإنتاج الأجهزة.



# PORTER ANALYSIS





# القوة التفاوضية للموردين

إن القدرة التفاوضية للموردين منخفضة للغاية في حالة مايكروسوفت، حيث تمارس شركات التكنولوجيا والابتكار العملاقة عادة المساومة على الموردين لضمان انخفاض الأسعار والتزام الموردين بالمتطلبات. على سبيل المثال، في إطار مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، تحتاج مايكروسوفت من موظفيها ومورديها إلى إجازة أبوية مدفوعة الأجر لمدة 12 أسبوعاً بحد أدنى، أي ما يقرب من 1000 دولار في الأسبوع.



# القوة التفاوضية للمشترين

إن القدرة التفاوضية للمستهلكين منخفضة أو متوسطة بسبب قلة البدائل المتاحة في السوق، الأمر الذي يحدد الإزعاج الذي قد يشعر به المشترون، فيفضلون منتجات مايكروسوفت. على سبيل المثال، يجد المستهلكون صعوبة في الحصول على حلول غير شبكات الكمبيوتر التي تكون فعالة مثل منتجات مايكروسوفت.

# تهديد الداخلين الجدد

يعد التهديد الذي يشكله الوافدون الجدد إلى Microsoft منخفضاً نسبياً بسبب حواجز الدخول العالية في صناعة التكنولوجيا. وتشمل هذه العوائق تكاليف البحث والتطوير الكبيرة، والاستثمارات التكنولوجية الكبيرة.

# تهديد المنتجات البديلة

تواجه Microsoft تهديدًا ضعيفًا  
نسبيًا يتعلق بالمنتجات البديلة. تعتمد  
العديد من المؤسسات والأفراد بشكل  
كبير على منتجاتها البرمجية مثل  
Windows وOffice في عملياتهم  
اليومية





# المنافسة الصناعية

تعمل شركة Microsoft في صناعة  
شديدة التنافسية، وتواجه ضغوطاً من  
عمالقة التكنولوجيا مثل Apple  
و Google و Amazon