

# مقدمة عن شركة Iris الجزائرية

تأسست شركة Iris في عام 2004 وهي رائدة في صناعة الإلكترونيات والأجهزة المنزلية في الجزائر. تستند رؤيتها إلى أن تصبح العلامة التجارية المفضلة في أفريقيا والشرق الأوسط، مع التركيز على الابتكار والجودة والقدرة على تحمل التكاليف.

شركة Iris تتميز بتوفير منتجات متنوعة تلبي احتياجات المستهلكين المحليين، مع استراتيجية واضحة للنمو والتوسع خارج حدود الجزائر.

بواسطة ●



# منتجات وخدمات شركة Iris

## الأجهزة المنزلية

- تلفزيونات
- ثلاجات
- غسالات
- مكيفات
- أفران

## الإلكترونيات والطاقة الشمسية

- هواتف ذكية وأجهزة لوحية
- أجهزة الكمبيوتر المحمولة
- ألواح شمسية وسخانات مياه شمسية

حققت الشركة نموًا سنويًا مركبًا بنسبة 15% خلال السنوات الخمس الماضية، مما يعكس نجاحها في تنويع محفظة المنتجات.

# المزيج التسويقي لشركة Iris

## المنتج

☐

تركيز على جودة عالية مع تنوع في المنتجات لتلبية مختلف احتياجات المستهلكين.

## السعر

☐

تقديم أسعار تنافسية مع توفير قيمة مقابل المال لتعزيز القدرة على تحمل التكاليف.

## التوزيع

☐

شبكة توزيع متكاملة تجمع بين الموزعين وشبكات التجارة الإلكترونية.

## الترويج

☐

حملات إعلانية متنوعة عبر الوسائط الرقمية والتقليدية لبناء الوعي بالعلامة التجارية.





# استراتيجية دخول الأسواق الخارجية: الأسواق المستهدفة

## شمال أفريقيا

المغرب، تونس، ليبيا: اختيار مدروس لقرب جغرافي وثقافي يسهل الدخول الأسواق.

## منطقة الساحل

مالي، النيجر، بوركينا فاسو: أسواق نامية تحمل فرص نمو عالية ومتزايدة الطلب.

## الشرق الأوسط

الأردن، لبنان، العراق: طلب قوي على منتجات ذات جودة عالية مع فرص توسع مستقبلي.

## تحليل SWOT

- نقاط القوة: علامة تجارية معروفة وجودة عالية
- الفرص: توسيع الأسواق وتزايد الطلب على التكنولوجيا
- نقاط الضعف: تحديات لوجستية وثقافية
- التهديدات: المنافسة المحلية والعالمية

# استراتيجية دخول الأسواق الخارجية: قنوات التوزيع

1 الشراكات مع الموزعين المحليين

بناء شبكة توزيع قوية تضمن وصول المنتجات بكفاءة للأسواق المستهدفة.

2 المتاجر الخاصة بالعلامة التجارية

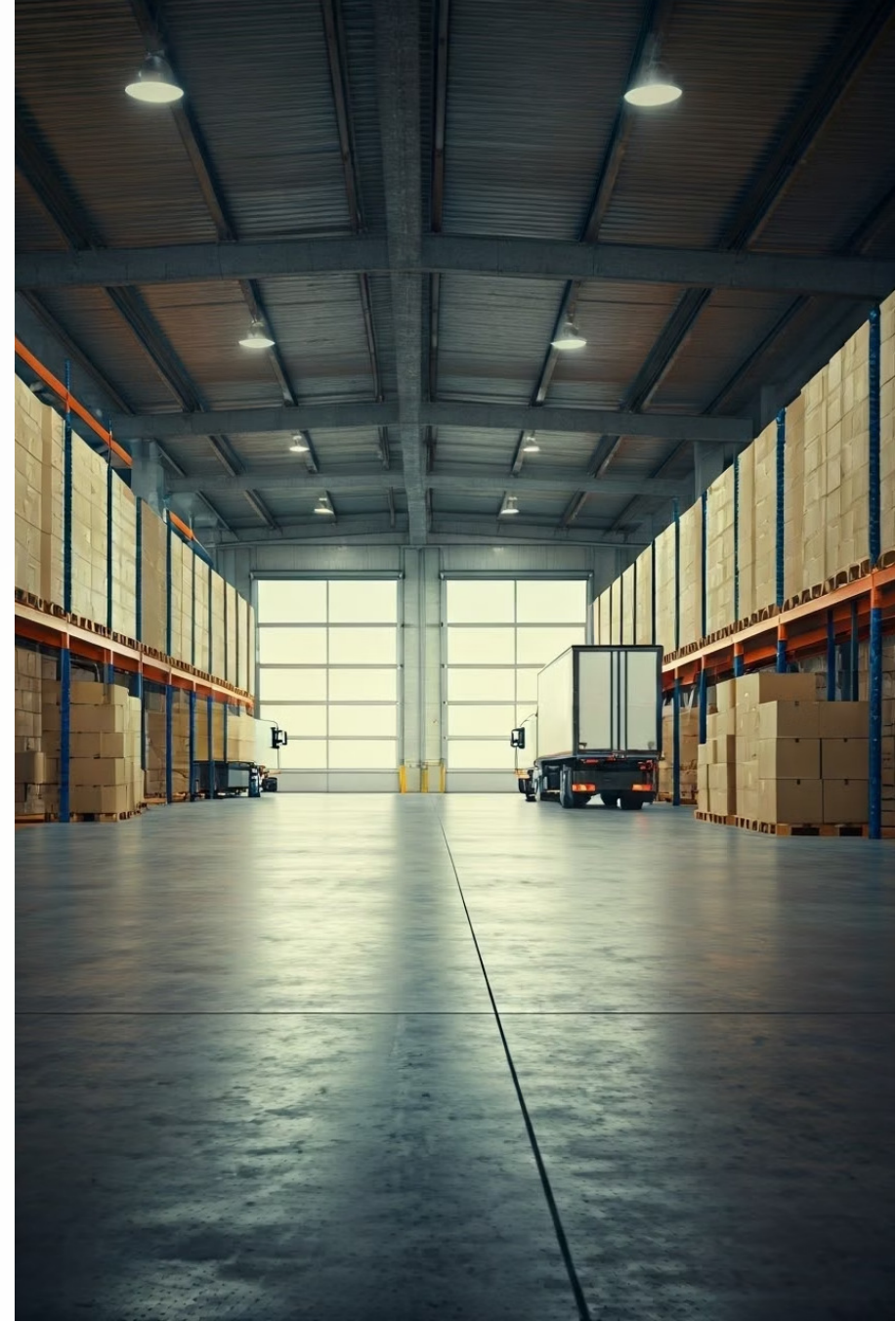
تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وتوفير تجربة مميزة للعملاء.

3 التجارة الإلكترونية

توسيع نطاق الوصول إلى العملاء عبر منصات رقمية متعددة.

4 المعارض التجارية الدولية

عرض المنتجات وبناء علاقات استراتيجية مع شركاء محتملين.



# استراتيجية دخول الأسواق الخارجية: التسويق والترويج

## حملات إعلانية مستهدفة

استخدام وسائل الإعلام التقليدية والرقمية للوصول إلى الجمهور المناسب بفعالية.

- إعلانات عبر التلفزيون والراديو
- إعلانات على منصات التواصل الاجتماعي

## التسويق بالمحتوى والعلاقات العامة

إنشاء محتوى جذاب وبناء صورة إيجابية للعلامة التجارية عبر وسائل التواصل والعلاقات المجتمعية.

- مقالات وفيديوهات تعليمية
- رعاية الفعاليات المجتمعية

# تحليل PASTEL على المستوى الدولي لشركة Iris

## سياسي

تقييم استقرار الحكومات والتنظيمات في الأسواق المستهدفة وتأثيرها على العمل.

## اقتصادي

مراقبة مؤشرات النمو، سعر الصرف، ومستوى الدخل لاتخاذ قرارات مناسبة.

## اجتماعي

فهم العادات والثقافات لتكييف المنتجات والتسويق بفعالية.

## تقني

متابعة التطورات التقنية لتقديم منتجات حديثة ومتطورة تناسب السوق.

## بيئي

الاهتمام بالاستدامة واستخدام الموارد الطبيعية بحكمة خاصة في الطاقة الشمسية.

## قانوني

الامتثال للقوانين واللوائح المحلية والدولية لتفادي المخاطر القانونية.

# مصفوفة SWOT لشركة Iris على المستوى الدولي

| نقاط القوة                                                                                                                             | نقاط الضعف                                                                                                                                                        | الفرص                                                                                                                                                                                    | التحديات                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• منتجات بجودة عالية</li><li>• سمعة قوية في السوق المحلي</li><li>• رؤية واضحة للابتكار</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• خبرة محدودة في الأسواق الأجنبية</li><li>• تحديات اللوجستيات الدولية</li><li>• تهميش بعض الأسواق العالمية الكبرى</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• توسع الطلب على الأجهزة الذكية والطاقات البديلة</li><li>• شراكات محلية وإقليمية لتعزيز التوزيع</li><li>• نمو الأسواق الخارجية المستهدفة</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• منافسة قوية من علامات تجارية دولية</li><li>• تقلبات اقتصادية وسياسية</li><li>• تغيرات تشريعية في الأسواق الخارجية</li></ul> |



# المنافسين على مستوى الجزائر وشمال إفريقيا والدوليا

## المنافسون الدوليون

شركات عالمية كبرى تقدم تكنولوجيا متقدمة وأسواق كبيرة، تتطلب من Iris ابتكار مستمر للبقاء تنافسية.

## المنافسون في شمال إفريقيا

علامات تجارية من المغرب وتونس تمتلك وجودًا قويًا مع شبكات توزيع موسعة.

## المنافسون المحليون

شركات جزائرية صغيرة ومتوسطة تركز على المنتجات المنزلية بأسعار منخفضة.



# الخلاصة والتوصيات

## تقوية القدرات

التركيز على الجودة والابتكار لتلبية توقعات الأسواق الخارجية.

## بناء الشراكات

تأسيس علاقات متينة مع الموزعين المحليين لضمان تغطية فعالة وإدارة سلسلة.

## تكييف المنتجات

تطوير منتجات تتناسب مع الثقافات والاحتياجات المحلية لكل سوق مستهدف.

## استغلال الفرص

مواجهة التحديات بفعالية للاستفادة من إمكانية النمو في الأسواق الجديدة.