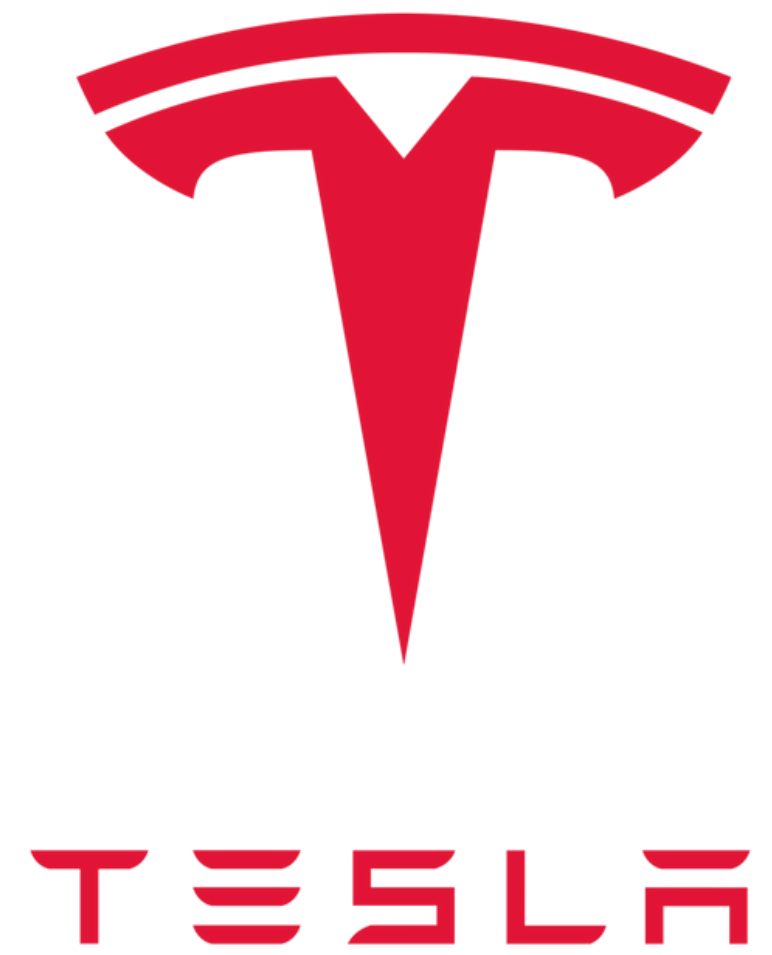




T E S L A



النشأة

تأسست شركة تيسلا في عام 2003 ، وهي شركة أمريكية مبتكرة للسيارات والطاقة تقع في كاليفورنيا تقوم بمهمة تسريع انتقال العالم نحو الطاقة النظيفة من خلال تصنيع السيارات الكهربائية الخالية من الانبعاثات . كما تقوم الشركة بتصميم ، تصنيع وتوزيع المكونات الرئيسية لهذا النوع من المركبات مثل بطاريات الليثيوم لتخزين الطاقة أو المعدات ذات المحركات .





تاريخ الشركة

بدأت الشركة بإصدار أول سيارة لها في 2008 ، ثم أطلقت في 2012 سيارتها الثانية من نوع اس سيدان الفاخرة ، ثم في عام 2015 أطلقت سيارتها الرياضية متعددة المهام تحت نوع اكس و في 2017 أطلقت سيارتها الثالثة .



2008



2012



2015

الشعار

شعار تسلا يتكون من حرف "T" وهو تصميم مميز مأخوذ من المحرك الكهربائي الخاص بها ، يظهر مدى سعي المؤسسة نحو التقدم و التطور في ميدان المركبات التي تعتمد على الكهرباء



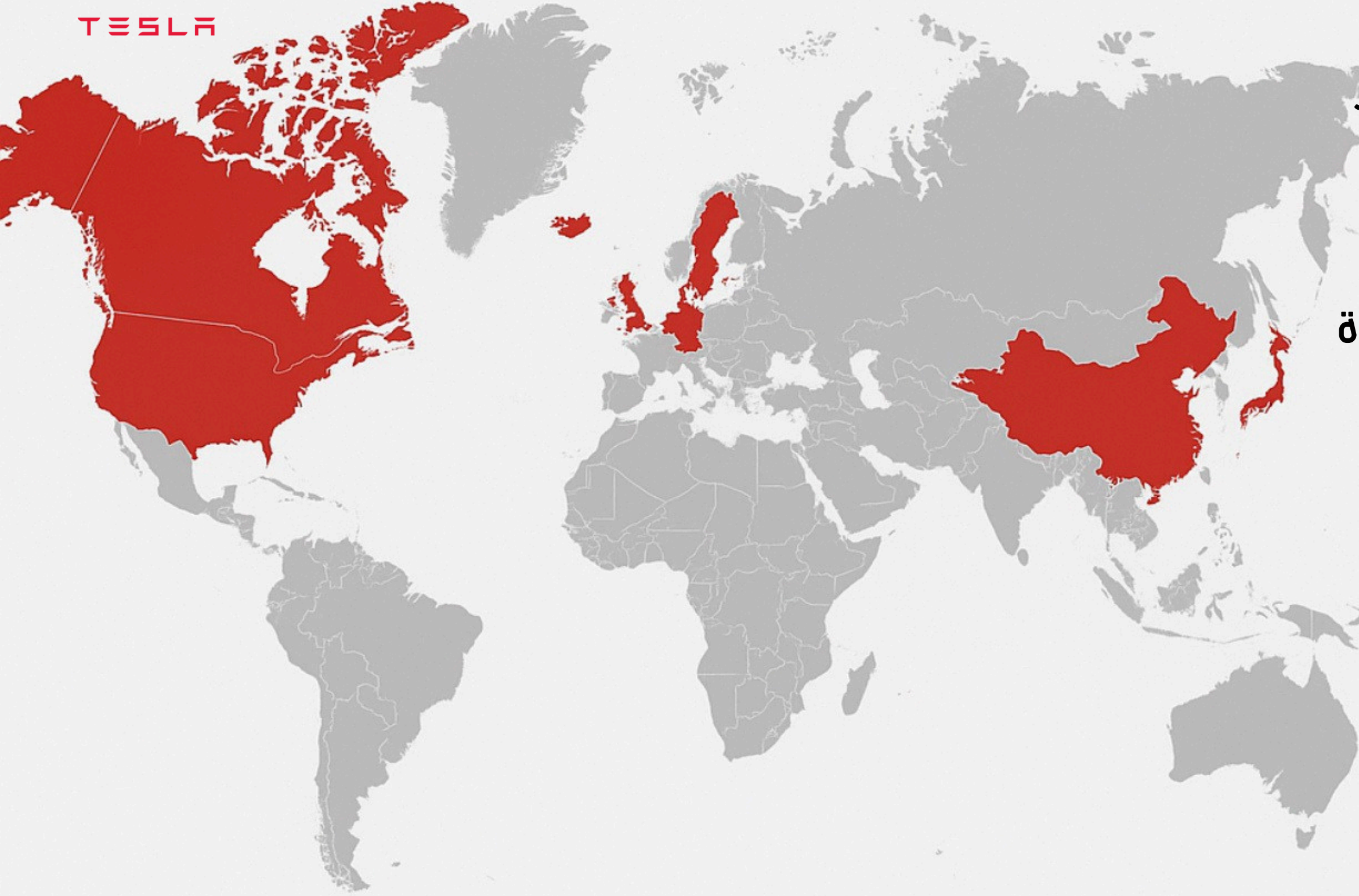
TESLA



رقم أعمال الشركة

إيرادات السيارات: حوالي 77 مليار دولار أمريكي، بانخفاض قدره 6% مقارنة بالعام السابق. إيرادات الطاقة: نمو بنسبة 67%، مما يشير إلى تنوع مصادر دخل الشركة قدرت الأرباح الصافية حوالي 7.1 مليار دولار أمريكي، بانخفاض بنسبة 6% مقارنة بعام 2023.





الدول المتواجدة فيها

يقع مقرها الرئيسي في تكساس ، و يدير ستة مصانع ضخمة ومتكاملة على عدة مستويات عبر ثلاث قارات. مخصصة بشكل رئيسي لتصنيع السيارات في ظل توافر أكثر من 100000 موظف، و هم الولايات المتحدة {نيفادا} ، الولايات المتحدة {نيويورك} ، الولايات المتحدة {تكساس} ، الصين ، ألمانيا ، كاليفورنيا. بالإضافة الى مراكز بيع وخدمات من بينها : الإمارات العربية المتحدة: افتتحت تسلا أول معرض لها في دبي عام 2017، وتوفر خدمات البيع والصيانة للعملاء في المنطقة. تركيا: دخلت تسلا السوق التركي رسميًا في عام 2022، مع تعيين مدير عام وتطوير شبكة شواحن فائقة السرعة في البلاد. كوريا : بدأت تسلا بيع مركبة بنوع Model Y في كوريا ، مع تقديم أسعار مخفضة للحصول على دعم حكومي للسيارات الكهربائية.

الدول التي فيها سيارات تسلا

المزيج التسويقي

المنتج :

تسلا تقدم منتجات مبتكرة تتميز بدقتها العالية وتقنياتها المتقدمة Tesla Model S, Model 3, Model X, Model Y. النظيفة: مثل البطاريات ، والألواح الشمسية { . التقنيات: مثل نظام القيادة الذاتية .



TESLA

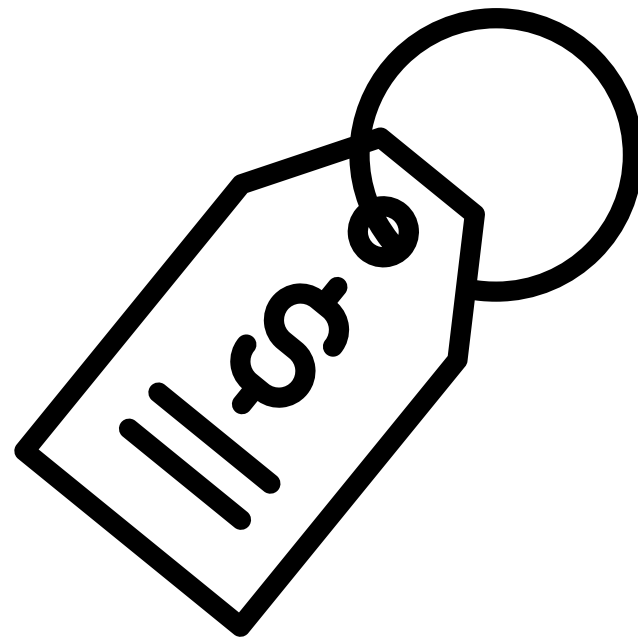


عاكس الطاقة الشمسية تيسلا



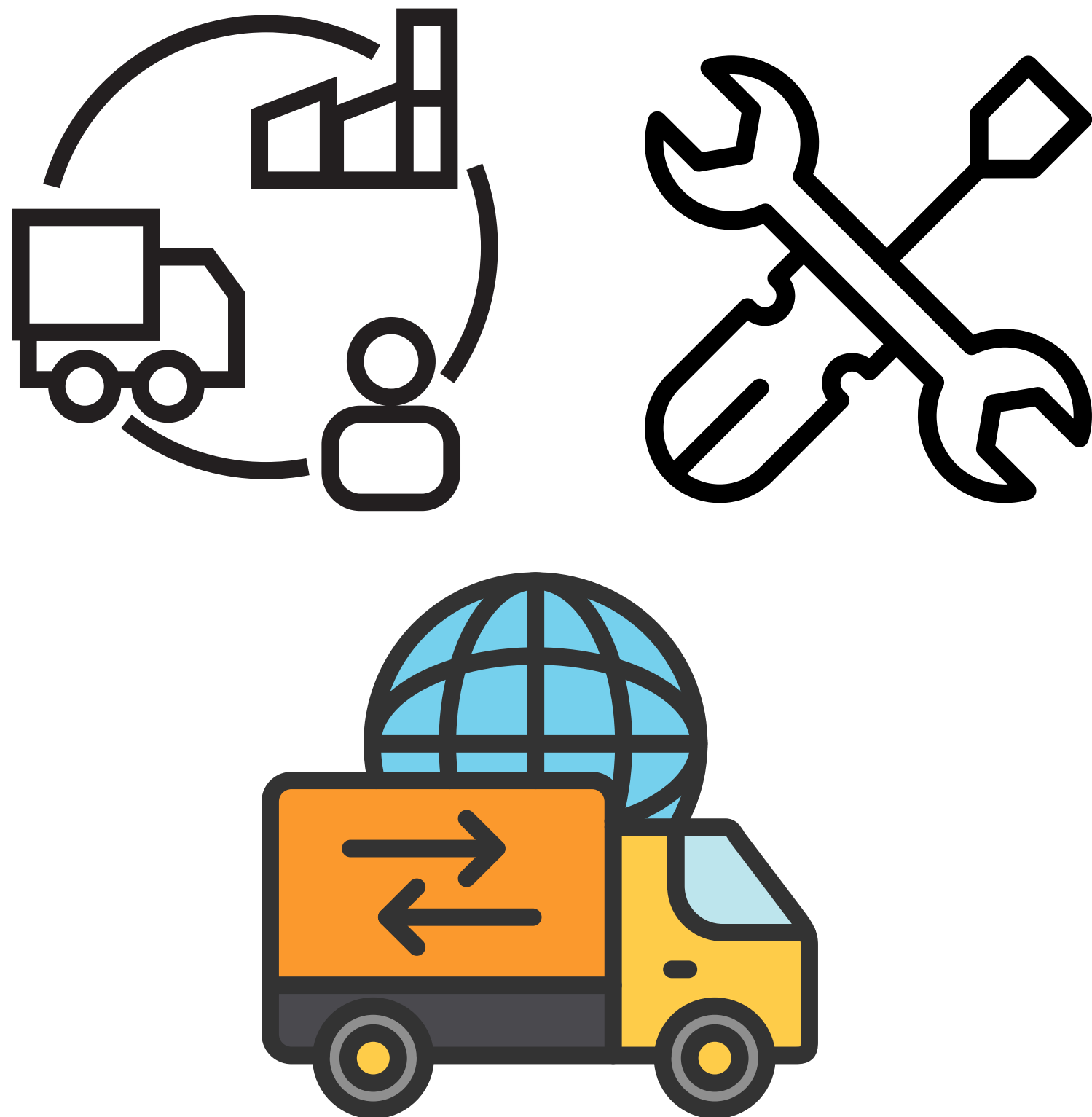
TESLA





السعر

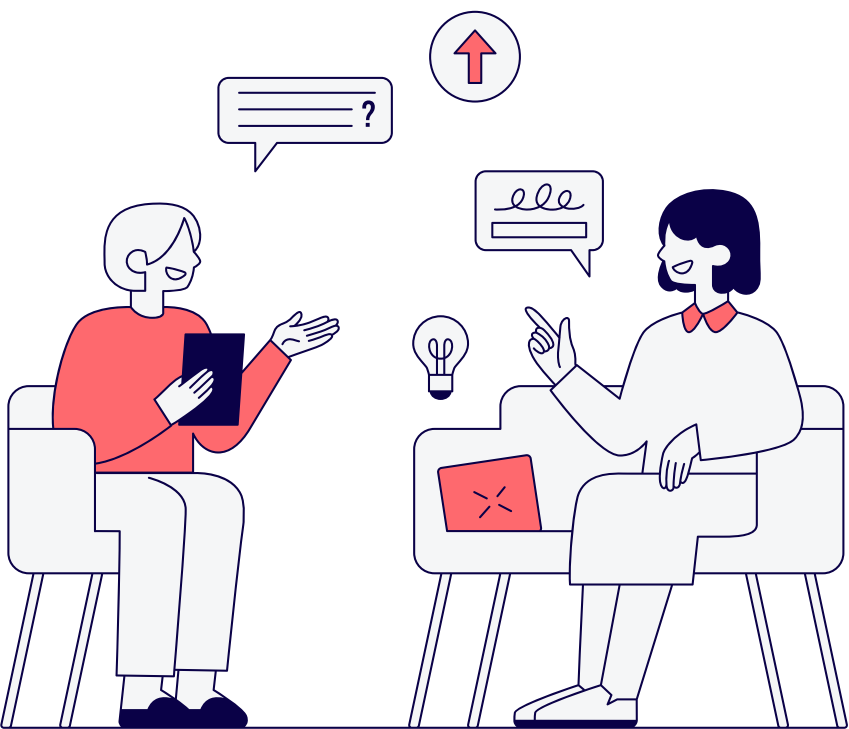
- تعتمد شركة تسلا سياسة تسعير مرنة
- التسعير الممتاز {Premium Pricing} لتمييز عن المنافسين .
 - التسعير الاختراقي {Penetration Pricing} في بعض الحالات مثل Model 3 للوصول إلى أكبر عدد من العملاء .
 - تعتمد أيضًا على خفض التكلفة بشكل متواصل من خلال تحسين سلسلة التوريد
 - متواصل من خلال تحسين سلسلة التوريد



المكان

تسلا تعتمد على أسلوب بيع مباشر:

- المبيعات عبر الإنترنت: يمكن شراء السيارة من الموقع الرسمي بدون وسطاء.
- معارض: أماكن عرض وتجربة المنتجات، وليس البيع فقط.
- الخدمة والصيانة: من خلال مراكز الرسمية وفِرَق الخدمة المتنقلة.
- كما تعتمد على محطات لتوفير شحن سريع للعملاء Supercharger.



الترويج

- تسلا لا تعتمد على الإعلانات التقليدية، بل تستخدم:
- التسويق الشفهي {Word of Mouth} وتجربة العملاء.
 - التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة من خلال تغريدات إيلون ماسك.
 - العلاقات العامة القوية: كل إطلاق منتج جديد يُغطى إعلاميًا بشكل واسع.
 - برامج الإحالة {Referral Programs} لتشجيع المستخدمين على جذب عملاء جدد

بالإضافة الى عناصر 7 p لان الشركة تعمل في سوق معقد ومتقدم تقنيًا ، ما يتطلب توسيع نطاق عناصر المزيج التسويقي لتشمل الجوانب الخدمية والتجريبية المرتبطة بالمنتجات عالية التقنية مثل السيارات الكهربائية والبرمجيات .

• 5: الأشخاص {People} : وهم موظفو تسلا مدربون لتقديم تجربة استثنائية ، خاصة في مراكز البيع والخدمة.

• 6: العملية {Process} : تسلا تعتمد على عمليات شراء وتوصيل مبسطة عبر الإنترنت ، ما يسرّع تجربة الشراء ويقلل من الاحتكاك .

• 7: الدليل المادي {Physical Evidence} : تشمل معارض تسلا الحديثة ، تصميم السيارة المميز ، وتجربة القيادة الفريدة التي تشكل دليلًا ملموسًا على جودة العلامة التجارية



SWOT

نقاط الضعف :

- نقص البطارية
- نقص الإنتاج
- مركبات باهظة الثمن

نقاط القوة :

- أفضل السيارات الكهربائية
- شركة مبتكرة
- السيطرة على السوق

التحديات :

- المنافسة الشديدة
- التغيرات في تفضيلات المستهلكين
- التقلبات في أسعار المواد الخام

الفرص :

- الاعتماد على سيارات أقل تكلفة
- إنتاج المزيد من السيارات

PESTEL

العوامل الإجتماعية :

- تغير السلوك
- الاستهلاك: انتشار الوعي البيئي تدفع الناس نحو السيارات الكهربائية.
- الثقة بالعلامة التجارية: تسلا تُعتبر علامة رائدة ومحبوبة لدى شريحة كبيرة من المستهلكين الشباب.
- التحول نحو الاستدامة: الميل أكثر نحو استخدام الطاقة النظيفة



العوامل الإقتصادية :

- التقلبات الاقتصادية: مثل التضخم وأسعار الفائدة قد تؤثر على القوة الشرائية للعملاء.
- تكلفة المواد الخام: مثل الليثيوم والنيكل المستخدم في البطاريات تؤثر على تكلفة الإنتاج.
- تقلبات سعر صرف العملات: خاصة مع توسع تسلا عالميًا.



العوامل السياسية :

- الاستقرار السياسي: يؤثر الاستقرار في الأسواق العالمية على قرارات تسلا بالتصنيع والاستثمار {مثلًا، في الصين والمكسيك}.
- السياسات الحكومية: دعم الحكومات حول العالم لاستخدام السيارات الكهربائية، من خلال الإعفاءات الضريبية والدعم المباشر، يُعزز من توسع تسلا.

P E S T E L

العوامل التكنولوجية :

- القيادة الذاتية: تسلا رائدة في تطوير تقنيات القيادة الذاتية.
- تحديثات البرمجيات عن بعد: ميزة قوية تُميز تسلا عن منافسيها.
- التطور في بطاريات الليثيوم: استثمارات تسلا في تحسين عمر البطارية وسرعة الشحن.



العوامل البيئية :

- الاهتمام العالمي بالبيئة: يُمثل فرصة لتسلا كشركة خضراء.
- البصمة الكربونية: رغم أن السيارات كهربائية، فإن عمليات الإنتاج {خاصة البطاريات} لها تأثير بيئي.
- إعادة تدوير البطاريات: نقطة مهمة لخفض الأثر البيئي وزيادة الاستدامة.



العوامل القانونية :

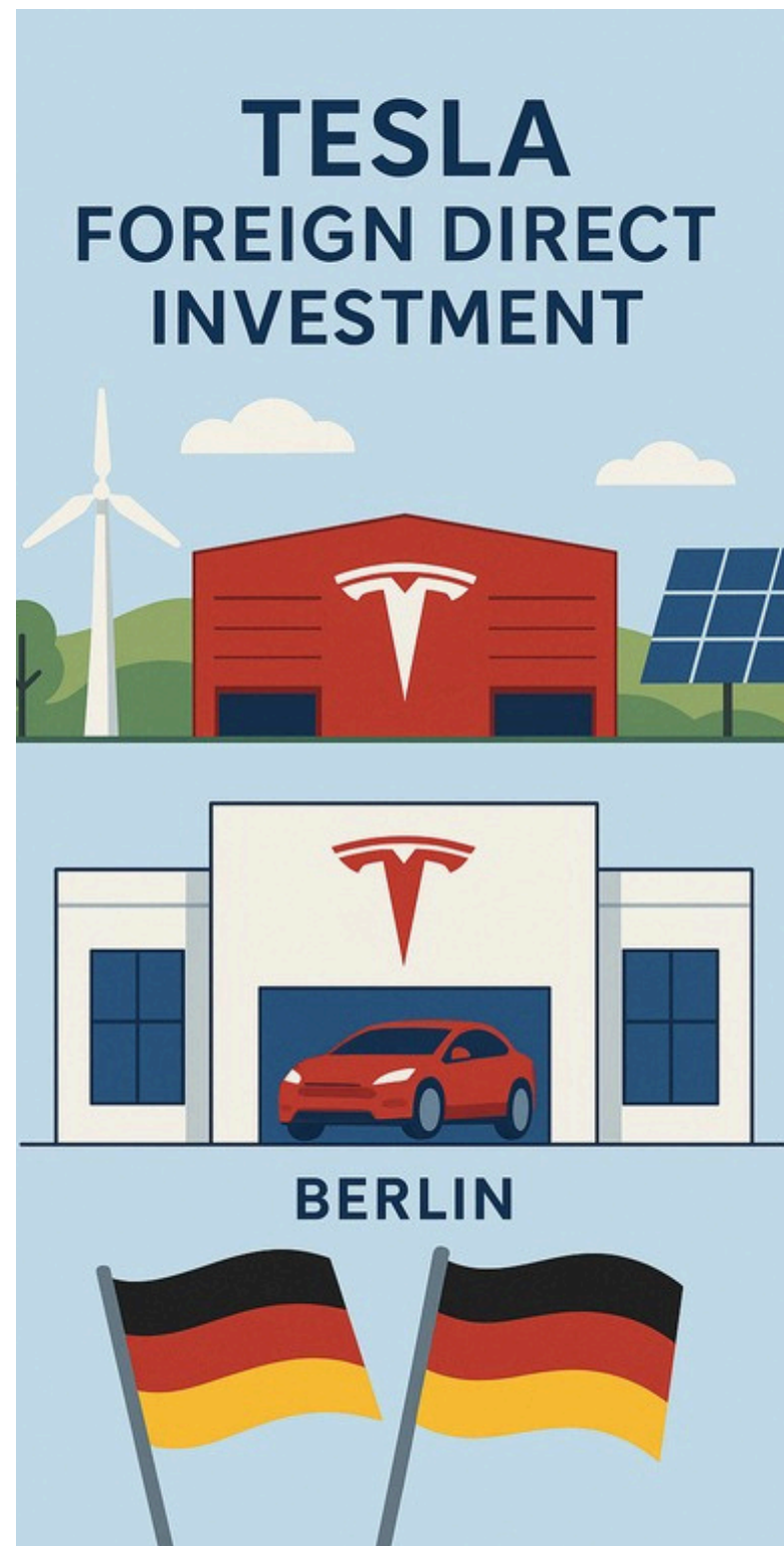
- التشريعات الخاصة بالسلامة: تسلا مطالبة بالامتثال لمعايير السلامة في مختلف الدول.
- قوانين حماية البيانات: خاصة مع تكنولوجيا القيادة الذاتية التي تعتمد على جمع وتحليل بيانات المستخدمين.
- براءات الاختراع: تسلا تعتمد على حماية ابتكاراتها بالتسجيل القانوني



أشكال الدفول للأسواق الدولية

التصدير {Exporting} :

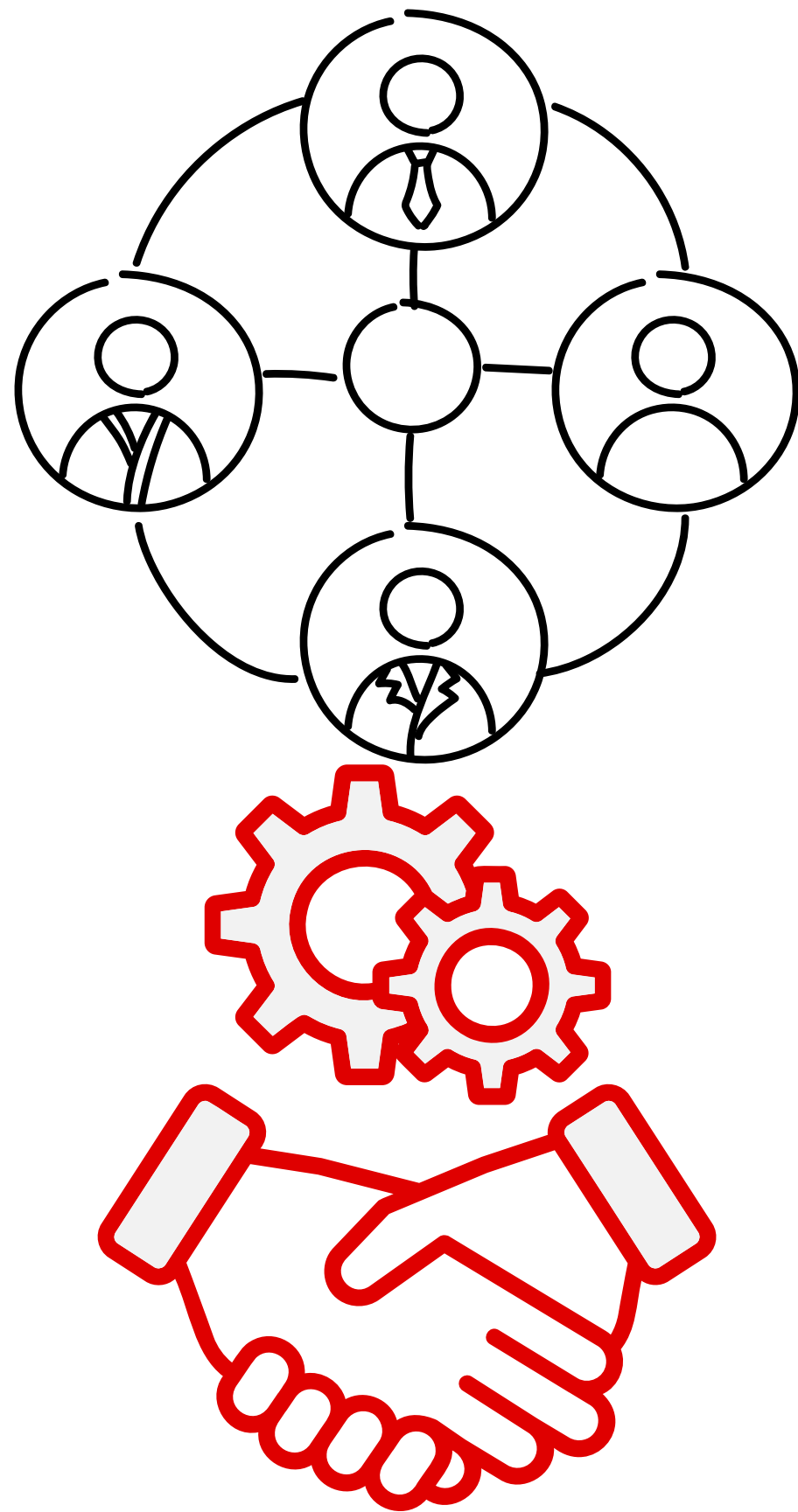
تسلا استخدمته في البداية كانت تصنع السيارات في أمريكا وتصدرها لأسواق مثل أوروبا والشرق الأوسط. لكن بسبب ارتفاع التكاليف والضرائب، لم تعتمد عليه طويلاً



أشكال الدفول للأسواق الدولية

الاستثمارات الأجنبية :

هو أحد الاستراتيجيات الرئيسية التي تعتمد عليها تسلا لدخول الأسواق الدولية في هذه الاستراتيجية، تقوم تسلا بإقامة مصانع ومرافق تصنيع محلية في البلدان المستهدفة، مما يمنحها القدرة على التحكم في الإنتاج والتوزيع بشكل أفضل.



أشكال الدفول للأسواق الدولية

التحالفات الاستراتيجية {Strategic Alliances} :

تستخدمه في بعض الحالات مثلا : شراكة مع شركات طاقة لتكوين الشواحن . تعاون مع شركات محلية في بعض الدول {مثل تركيا} لتكوين محطات الشحن أو تسهيل العمليات



THANK YOU.