



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية
قسم التسويق

دراسة حالة لشركة اوريدو

تحت اشراف
د. صبرينة مناني

من اعداد :
ثابت احمد
بن زطة ناصر

نبذة تاريخية حول شركة اتصالات Ooredoo:



نشأة الشركة:

- تأسست شركة اتصالات Ooredoo عام 1996 تحت اسم كيوتل في دولة قطر.
- كانت كيوتل في الأصل شركة مملوكة بالكامل للحكومة القطرية.
- ركزت الشركة في بداياتها على تقديم خدمات الهاتف المحمول في قطر.

التوسع والنمو:

- سرعان ما توسعت كيوتل لتشمل خدمات الهاتف الثابت والإنترنت عريض النطاق وخدمات التلفزيون.
- دخلت الشركة أسواق جديدة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجنوب شرق آسيا.
- أصبحت كيوتل واحدة من أكبر شركات الاتصالات في العالم من حيث عدد المشتركين.

التغيير إلى Ooredoo:

- في عام 2010، تم تغيير اسم الشركة إلى Ooredoo.
- يرمز هذا التغيير إلى طموحات الشركة العالمية ورغبتها في تقديم خدمات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء في جميع أنحاء العالم.



الإنجازات:

- حققت Ooredoo العديد من الإنجازات خلال مسيرتها، بما في ذلك:
- حصولها على رخصة تشغيل الجيل الثالث في العديد من الدول.
- إطلاقها لشبكات الجيل الرابع والخامس المتقدمة.
- تقديمها لخدمات رقمية مبتكرة مثل:
 - خدمة Ooredoo TV.
 - خدمة Ooredoo Money.

التواجد الحالي:

- تتواجد Ooredoo حاليًا في أكثر من 10 دول حول العالم.
- لديها قاعدة عملاء تضم أكثر من 116 مليون مشترك.
- تُعد من بين أكبر مشغلي الاتصالات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجنوب شرق آسيا.

المزيج التسويقي لشركة Ooredoo:



المنتجات:

- تقدم Ooredoo مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات التي تشمل:
 - خدمات الهاتف المحمول: مكالمات، رسائل نصية، بيانات.
 - خدمات الهاتف الثابت: خطوط أرضية، إنترنت عريض النطاق.
 - خدمات التلفزيون: باقات قنوات تلفزيونية، تلفزيون رقمي، خدمات بث.
 - خدمات الإنترنت: إنترنت عريض النطاق، إنترنت لاسلكي.
 - الخدمات الرقمية: خدمات الدفع الإلكتروني، خدمات التطبيقات.

الأسعار:

- تعتمد أسعار Ooredoo على نوع المنتج أو الخدمة، ومدة الاشتراك، وحجم الاستهلاك.
- تقدم الشركة عروضًا وخصومات تنافسية لجذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين.
- تواجه Ooredoo منافسة قوية من قبل شركات الاتصالات الأخرى في نفس السوق، لذلك يجب عليها التأكد من أن أسعارها تنافسية وأنها تقدم قيمة جيدة مقابل المال.



أماكن التوزيع:

- تمتلك Ooredoo شبكة واسعة من مراكز الخدمة والمتاجر في جميع أنحاء الدول التي تتواجد فيها.
- تُتيح الشركة أيضاً للعملاء شراء منتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت أو من خلال تطبيقها للهواتف الذكية.
- تُسعى Ooredoo إلى توسيع قنوات توزيعها لتصل إلى أكبر عدد ممكن من العملاء.

الترويج:

• تُستخدم Ooredoo مجموعة متنوعة من استراتيجيات الترويج لجذب العملاء وتعزيز علامتها التجارية، بما في ذلك:

- الإعلانات التلفزيونية والإذاعية.
- الإعلانات المطبوعة.
- الإعلانات عبر الإنترنت.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- الرعاية.
- المشاركة في الفعاليات والمناسبات.

Mhenni كونك en roaming

التجوال مكالمات في

(نحو Ooredoo الجزائر)

2000 دج

1Go

التي غاوية

شكّلوا #160*

عيش الإنترنت

ooredoo

ooredoo.dz

08/2018

تتضمن هذه الخدمة مكالمات دولية مجانية لمدة 2000 دقيقة و1 جيجابايت من الإنترنت مجاناً مع كل باقة 1Go. يمكن تفعيل الخدمة من خلال الاتصال برقم 160* أو من خلال تطبيق Ooredoo. شروط الخدمة متوفرة على الموقع الإلكتروني.

تحليل SWOT لشركة Ooredoo:

نقاط القوة

- علامة تجارية قوية: Ooredoo هي علامة تجارية مشهورة ومعتمدة في جميع أنحاء الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجنوب شرق آسيا.
- شبكة واسعة: تمتلك Ooredoo شبكة واسعة من البنية التحتية للاتصالات في جميع أنحاء الدول التي تتواجد فيها.
- قاعدة عملاء كبيرة: تمتلك Ooredoo قاعدة عملاء كبيرة تضم أكثر من 116 مليون مشترك.
- منتجات وخدمات متنوعة: تقدم Ooredoo مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات التي تلبي احتياجات العملاء المختلفة.
- ابتكار: تُواصل Ooredoo الاستثمار في البحث والتطوير لتطوير منتجات وخدمات جديدة.
- مسؤولية اجتماعية: تُشارك Ooredoo في العديد من المبادرات الاجتماعية لدعم المجتمعات التي تتواجد فيها.

نقاط الضعف اعتماد على الأسواق الناشئة:

- تعتمد Ooredoo بشكل كبير على الأسواق الناشئة، مما قد يعرضها لمخاطر اقتصادية وسياسية.
- المنافسة: تواجه Ooredoo منافسة قوية من قبل شركات الاتصالات الأخرى في نفس السوق.
- البيروقراطية: قد تواجه Ooredoo بعض البيروقراطية في بعض الدول التي تتواجد فيها.
- الدين: قد يؤثر الدين على قدرة Ooredoo على تقديم بعض الخدمات في بعض الدول.

الفرص

- نمو سوق الاتصالات: من المتوقع أن ينمو سوق الاتصالات بشكل كبير في السنوات القادمة، مما يوفر فرصًا لنمو Ooredoo.
- الخدمات الرقمية: تُعد الخدمات الرقمية سوقًا ناميًا بسرعة، وتُقدم Ooredoo العديد من الخدمات الرقمية التي يمكن أن تُساهم في نموها.
- التوسع الدولي: تُمكن Ooredoo من التوسع إلى أسواق جديدة في جميع أنحاء العالم.
- إنترنت الأشياء: تُعد إنترنت الأشياء مجالًا واعدًا، وتُمكن Ooredoo من تقديم خدمات جديدة لعملائها.

المخاطر

التغيرات التكنولوجية: تتغير التكنولوجيا في مجال الاتصالات بسرعة، مما قد يُشكل تهديدًا لقدرة Ooredoo على المنافسة.

التقلبات الاقتصادية: قد تؤثر التقلبات الاقتصادية على قدرة العملاء على شراء منتجات وخدمات Ooredoo.

التغيرات في اللوائح: قد تؤثر التغييرات في اللوائح الحكومية على قدرة Ooredoo على تقديم خدماتها.

الحرب الإلكترونية: تُعد الحرب الإلكترونية تهديدًا متزايدًا، وقد تُعرض شبكات Ooredoo للخطر.

تحليل PESTEL لشركة Ooredoo

العوامل السياسية

- **الاستقرار السياسي:** قد تؤثر الأحداث السياسية غير المستقرة على قدرة Ooredoo على ممارسة الأعمال التجارية في بعض الدول.
- **اللوائح الحكومية:** قد تؤثر التغييرات في اللوائح الحكومية على قدرة Ooredoo على تقديم خدماتها.
- **السياسات التجارية:** قد تؤثر السياسات التجارية بين الدول على قدرة Ooredoo على التوسع إلى أسواق جديدة.

العوامل الاقتصادية

- **النمو الاقتصادي:** من المتوقع أن ينمو الاقتصاد في الدول التي تتواجد فيها Ooredoo، مما قد يساهم في نمو الشركة.
- **مستوى الدخل:** يمكن أن يؤثر مستوى دخل الأفراد على قدرتهم على شراء منتجات وخدمات Ooredoo.
- **سعر الصرف:** قد تؤثر تقلبات سعر الصرف على ربحية Ooredoo في الدول التي تتواجد فيها.

العوامل القانونية

- **قوانين الملكية الفكرية:** قد تؤثر قوانين الملكية الفكرية على قدرة Ooredoo على تطوير منتجات وخدمات جديدة.
- **قوانين حماية البيانات:** قد تؤثر قوانين حماية البيانات على قدرة Ooredoo على جمع ومعالجة بيانات العملاء.
- **قوانين المنافسة:** قد تؤثر قوانين المنافسة على قدرة Ooredoo على ممارسة الأعمال التجارية

أشكال دخول السوق لشركة أوريدو

أشكال دخول السوق لشركة أوريدو

4 تأسيس شركات جديدة:

- لم تُسس "أوريدو" شركات جديدة بشكل كبير، بل ركزت على الاستحواذ على حصص في شركات قائمة جديدة.

5. التوسع العضوي:

- تعتمد "أوريدو" بشكل كبير على التوسع العضوي من خلال بناء شبكاتها الخاصة وتقديم خدماتها للعملاء الجدد.

تستخدم "أوريدو" استراتيجيات متنوعة لدخول الأسواق الجديدة، تشمل:

1. الاستحواذ:

- لم تستحوذ "أوريدو" على شركات بشكل كبير، بل ركزت على التوسع العضوي.

2. الشراكات:

- تُعد الشراكات أداة رئيسية لدخول "أوريدو" إلى أسواق جديدة.

3. الاستثمار المباشر:

- تستثمر "أوريدو" في شركات اتصالات ناشئة في بعض الدول.

خاتمة

تواجه الشركات اليوم بيئة ديناميكية وسريعة التغير.

وللحفاظ على النجاح، يجب على الشركات مثل "أوريدو" أن تكون مُبتكرة وأن تتكيف مع احتياجات السوق المتطورة.

تُقدم تحليلات SWOT وPESTEL وأشكال دخول السوق إطارًا لفهم العوامل الداخلية والخارجية التي تُؤثر على الشركة،

وتحديد أفضل الاستراتيجيات للتوسع والنمو.

شكرا على
انتباهكم