

به برنامه ریزی استراتژیک کسب و کار شما PEST کمک بزرگ از تحلیل

به برنامه ریزی استراتژیک PEST کمک بزرگ از تحلیل کسب و کار شما

روشی برای ارزیابی شرایط کسب و کار با توجه به محیط بیرونی آن (PEST Analysis) **PEST** تجزیه و تحلیل آنالیز، است.

از ابتدای موارد مورد بررسی در این تحلیل استخراج شده که شامل PEST نام

می شود (Tecnological) و تکنولوژی (Social)، اجتماعی (Economic)، اقتصادی (Political) عوامل سیاسی

برنامه ریزی استراتژیک کارآمد و تیم متعهد، دو عنصر کلیدی در تمامی کسب و کارهای موفق است

دستیابی به اهداف و موفقیت شرکت در صنعتی که در آن فعالیت می کند، بدون یک استراتژی درست و یک تیم اجرایی هوشمند تحقق نخواهد یافت

لحاظ شده و اطلاعات کاربردی و مناسبی را در از جمله عناصری است که در برنامه ریزی استراتژیک PEST تحلیل اختیار شما قرار می دهد

با استفاده از این تحلیل قادر خواهید بود وضعیت کسب و کار خود را مشخص کنید، انجام این کار به شما کمک می کند بهترین تاکتیک ها و عملکردها را شناسایی کرده و در برنامه ریزی های خود وارد کنید

برای تحقق اهداف هر کسب و کاری، تدوین یک استراتژی کارآمد ضروری است

این استراتژی باید اولویت ها را تعیین کند، منابع را تخصیص دهد، در دوره زمانی مشخص تصمیم گیری کند، سیستم ها را کنترل کند،

مسئولیت کارمندان را تعیین کند و دستورالعمل هایی برای چگونگی استفاده همزمان از تمامی این موارد جهت تحقق هدفی مشخص را، ارائه دهد

کسب و کار شما شاید دارای یک تیم متعهد و ماهر باشد، اما چگونه می تواند از کارایی استراتژی های تعیین شده مطمئن شود؟

در این راستا به شما کمک می کند PEST انجام تحلیل

با اجرای این تحلیل وضعیت کسب و کار شما و ارتباط و اثری که از محیط اطرافش می گیرد به خوبی مشخص می شود

در نتیجه شما می توانید با توجه به وضعیت شرکت و شرایط محیط بیرونی بهترین برنامه یا تاکتیک را انتخاب کرده و آن را به کار بگیرید

چگونه می‌تواند به برنامه ریزی استراتژیک شما کمک کند؟ PEST تحلیل

به طور گسترده به عنوان یک ابزار برنامه ریزی استراتژیک به کار می‌رود PEST تحلیل

و توسط کسب و کارهای مختلف، برای شناسایی عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی مؤثر بر یک پروژه و فرآیند برنامه ریزی آن، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نیز شناخته می‌شود PESTLE گاهی با در نظر گرفتن دو عامل **محیطی و قانونی** به نام تحلیل PEST تحلیل

آیا تفکر استراتژی و برنامه بلندمدت بر شرکت و سازمانتان دارید؟ مشاوره استراتژی مقاله : حتما بخوانید

<http://alisoileimanpour.ir/%D8%A2%DB%8C%D8%A7-%D8%AA%D9%81%DA%A9%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%DA%98%DB%8C-%D9%88-%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%A8%D9%84%D9%86%D8%AF%D9%85%D8%AF%D8%AA-%D8%A8%D8%B1-%D8%B4/>

می‌توان فرصت‌ها و تهدیدات بالقوه مربوط به کسب و کار و متاثر بر استراتژی بازاریابی شرکت را PEST با تحلیل شناسایی کرده و راه‌های استفاده از این مزیت‌ها و اجتناب از این تهدیدات را کشف کرد.

: ، برای تحلیل وضعیت یک شرکت مورد بررسی قرار می گیرد، به قرار زیر است PEST عواملی که در تحلیل

(POLITICAL) عوامل سیاسی

سیاست های مالیاتی، قوانین استخدامی، تعرفه ها و محدودیت های تجاری، قوانین حمایت از مصرف کننده، مقررات زیست محیطی، ثبات سیاسی یک کشور و مواردی از این دست، از جمله عوامل سیاسی تأثیرگذار بر کسب و کار محسوب می شود.

بررسی می شود این عوامل چگونه ممکن است برای شرکت به عنوان فرصت یا تهدید شناخته شود PEST در تحلیل و در تحلیل آن استراتژی های دفاعی یا هجومی مناسب در نظر گرفته خواهد شد.

(ECONOMIC) عوامل اقتصادی

شاخص های رشد اقتصادی، نرخ تورم، نرخ های بهره، نرخ ارز، سیاست های مالی، روندهای بیکاری و ... را شامل می شود.

عوامل اقتصاد خرد و کلان همواره بر کسب و کارها موثر است،

این تحلیل کمک می کند بر این موارد تمرکز کرده و ببینیم چگونه می توانیم از آنها به نفع بیزینس خود بهره برداری کنیم،

به عنوان مثال افزایش نرخ ارز سبب میشود شرکت های وارد کننده با چالش مواجه شوند و مجبور به تغییر استراتژی های بازاریابی خود شوند و یا حتی تصمیم بگیرند از بازار خارج شوند

(SOCIAL) عوامل اجتماعی

موارد فرهنگی، توزیع سنی، نگرش های شغلی، آگاهی های بهداشتی، نرخ رشد جمعیت، طبقات اجتماعی و ... از جمله عوامل اجتماعی محسوب میشوند.

این موارد از جمله تأثیرگذارترین عوامل بر برنامه ریزی استراتژیک و عملکرد شرکت در بازار است.

بسیاری از این عوامل تحت عنوان تحقیقات بازار مورد بررسی قرار می گیرند.

با وجود اهمیت بالای این عامل در عملکرد شرکت و تعیین استراتژی بازاریابی، نمیتوان آن را به راحتی پیش بینی و کنترل کرد چراکه به صورت مستقیم با رفتار مصرف کننده در ارتباط است،

و با توجه به آنکه رفتار مصرف کننده طبق شرایط مختلف تغییر میکند نمیتوان بر پایه ی آن استراتژی چید و مطمئن بود که به هدف مورد نظر خواهیم رسید

چراکه ممکن است افراد در شرایط مقتضی تصمیم کاملا متفاوتی بگیرند.

چیست؟ P یا Marketing Mix 4 آمیخته بازاریابی: مقاله مرتبط

<http://alisoileimanpour.ir/product/%D8%A2%D9%85%DB%8C%D8%AE%D8%AA%D9%87-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D8%A8%DB%8C-4p/>

عوامل تکنولوژیکی (TECHNOLOGICAL)

روند تغییرات در فناوری، انگیزه های تکنولوژیکی و هزینه های تحقیق و توسعه علاوه بر شرکت های فعال در حوزه ی تکنولوژی های برتر، برای سایر شرکت ها نیز مهم بوده و باید در نظر گرفته شود

چراکه بر فرض مثال ممکن است پیشرفت تکنولوژی باعث شود محصول شما به طور کلی از رده خارج شود،

در نتیجه اگر شما از قبل از این تغییرات آگاهی نیابید و خود را برای مواجهه با آن آماده نکنید، کسب و کار شما آسیب خواهد دید.

عوامل قانونی (LEGAL)

قوانین مالیاتی، قانون کار، قانون کپی رایت و یا هر موردی مربوط به کسب و کار شما که جز عوامل سیاسی نیست در گروه عوامل قانونی قرار میگیرد

چیست و قانون کپی رایت هزاره دیجیتال (Copy Right) کپی رایت: مقاله مرتبط

عوامل محیطی (ENVIRONMENTAL)

اطلاعاتی در مورد فصول مختلف سال، بارش های برف و باران و هر نوع مسأله ای که می تواند برای کسب و کار شما حیاتی باشد و مربوط به شرایط محیطی و طبیعی باشد در گروه عوامل محیطی جای میگیرد

در برخی موارد بعضی از محصولات برای آب و هوای ویژه ای سازگار نیستند، شما به عنوان بازاریاب باید این موارد را در خصوص محصول خود بررسی کنید

مثلا در تهران که هوای خشکی دارد کولر آبی بهتر است اما در شمال کشور که هوا مرطوب است کولر گازی کارایی بالاتری دارد

در نتیجه به یاد داشته باشید بخشی از تحقیقات بازار مربوط به شناسایی عوامل اینچنینی میشود و شما در گزارش تحلیل بازار خود باید این موارد را لحاظ کنید

تحلیل این عوامل کمک می کند تا کسب و کار شما به درک جامعی از فاکتورهای خارجی مثبت یا منفی مؤثر بر فرآیند برنامه ریزی استراتژیک دست یابد. با کسب این آگاهی، می توان به راحتی استراتژی های لازم برای دستیابی سریع به اهداف شرکت را تدوین کرد

در برنامه ریزی استراتژیک چیست؟ PEST مزیت های استفاده از تحلیل

هنگام تصمیم گیری و یا تدوین استراتژی و گردآوری تمامی اطلاعات لازم، همانند جمع آوری اعضای تیم تان، ضروری است.

به شکل یک نمودار چهار بخشی تمامی عوامل ذکر شده و اطلاعات لازم برای تصمیم گیری و تدوین PEST تحلیل استراتژی های تأیید شده را در کنار هم و در قیاس با یکدیگر، نشان می دهد.

قبل از برنامه ریزی استراتژیک ضروری است PEST بنابراین، انجام تحلیل

این تحلیل نه تنها شما را از فرآیند تصمیم گیری آگاه می کند بلکه کسب و کار و تیم شما را در مسیر درست قرار می دهد.

فرصت ها و تهدیدها را شناسایی PEST با استفاده از تحلیل کنید

بوده و گام بعدی ارزیابی این اطلاعات است. با ارزیابی آنها می توانید PEST گردآوری اطلاعات اولین مرحله از تحلیل فرصت ها و تهدیدهای ایجاد شده بوسیله ی عوامل خارجی را شناسایی کنید

سپس با تمرکز بر فرصت های حیاتی، از مزیت های موجود استفاده کرده و راه های مقابله با تهدیدهای موجود را کشف کنید.

برای گردآوری داده های ورودی فرصت ها و تهدیدها در تجزیه و تحلیل پیست ، برای تصمیمات PEST معمولاً از تحلیل برنامه ریزی استراتژیک، استفاده می شود

در مورد لیستی از عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی نیست که هر فردی در موردشان بشنود PEST تحلیل و به راحتی آنها را به دست آورد

شما باید اطلاعات خود را از کارشناسانی کسب کنید که از شرایط فعلی مربوط به هر بخش آگاه هستند

یکی از بخش های کلیدی فرآیند برنامه ریزی استراتژیک است PEST تحلیل

بدون آگاهی کلی در مورد عوامل خارجی مؤثر بر شرکت و استراتژی های برخورد مناسب با آنها، هرگز نمی توان به خواسته ها و اهداف کسب و کار دست پیدا کرد

ایجاد می کند، از موفقیت استراتژی های خود مطمئن می شوید PEST از طرف دیگر، با نگرش جامعی که تحلیل

منبع: <https://beloved.marketing/pest-analysis/>

به برنامه ریزی استراتژیک کسب و کار شما PEST کمک بزرگ از تحلیل

مشاور کسب و کار آذربایجان علی سلیمانپور

04132314193

09149270796

09124895786