

### 3: التحليل الموضوعي (تحليل الأولويات)

نتقل الآن إلى التصنيف الموضوعي (أو تحليل الأولويات) لجميع المعطيات المحصل عليها. وسنحاول إنجاز هذا التصنيف للحصول على ثلاث إلى تسع مجموعات موضوعاتية.

#### الانشغالات المهيمنة

#### تصنيف المعطيات المحصل عليها بحسب الموضوعات

هدف هذا التحليل الموضوعي هو إبراز الأولويات التي يجب أن يركز عليها الفريق في مخططة الاستراتيجي؛ أي الوقوف على الانشغالات الحالية المهيمنة.

في حالتنا نجد:

|           |
|-----------|
| الموضوع 1 |
| الموضوع 2 |
| الموضوع 3 |
| الموضوع 4 |
| الموضوع 5 |
| الموضوع 6 |
| الموضوع 7 |
| الموضوع 8 |
| الموضوع 9 |

#### تحليل بنية المعطيات المحصل عليها

عدد الملصقات بحسب الموضوع

| الموضوع 9 | الموضوع 8 | الموضوع 7 | الموضوع 6 | الموضوع 5 | الموضوع 4 | الموضوع 3 | الموضوع 2 | الموضوع 1 |                        |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------|
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | الملصقات<br>البرتقالية |
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | الملصقات<br>الصفراء    |
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | الملصقات<br>الخضراء    |
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | الملصقات<br>الزرقاء    |
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | الملصقات<br>الوردية    |
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | الملصقات<br>البنفسجية  |
|           |           |           |           |           |           |           |           |           | مجموع<br>الملصقات      |

#### مقارنة بنيات الموضوعات المحصل عليها

6: التحليل التديري

المبدأ العام للتحليل التديري

سنعمد الآن إلى تصنيف جميع الملصقات إلى خمس فئات كبرى.

|                 |   |
|-----------------|---|
| التسويق         | لماذا المؤسسة موجودة؟ ما الذي يجب علينا إنتاجه؟ ما رسالة المؤسسة؟ ما أهدافها؟ ما هي السلع والخدمات التي يحصل عليها الزبون؟ من هم الزبناء؟ ما هي القوانين المؤسسة؟ |
| الموارد البشرية | من هم الرجال الذين يعملون داخل المؤسسة؟ ما عددهم؟ ما مؤهلاتهم؟ ما حوافزهم؟ ما وعيهم المهني؟   |
| التجهيز         | أي تجهيز وأية طرق وأية تقنيات نستعمل؟ كل ما يتعلق بالمقرات والتجهيزات والآلات من جهة الكم والجودة والدقة ...  |
| التمويل         | ما هي التوازنات المالية الكبرى؟ كل ما يتعلق بالميزانية والمال.  |
| التدبير         | من يقرر ماذا هنا؟ كل ما يتعلق بالتنظيم والمسؤوليات والإدارة والقرارات والمتابعة والمراقبة وأنظمة المعلومات المساعدة على تهيئ القرارات واتخاذها ومتابعتها.         |

جدول عام لتحليل التديير

| التدبير | التمويل | التجهيز | الموارد البشرية | التسويق |
|---------|---------|---------|-----------------|---------|
|         |         |         |                 |         |

يلاحظ أن حقل "....." يستقطب بشكل أكبر اهتمام وتفكير واقتراحات الفريق إلى جانب حقل ".....".

في المقابل يلاحظ ضعف الاهتمام بحقل "....."، إلى جانب حقل ".....".

يمكن لنا أن نأمل على ضوء هذه الملاحظات أن أي مشكل سيظهر مستقبلا في حقلنا "....." و ".....". اللذين يستقطبان الاهتمامات سيتم الانتباه إليه من طرف الفريق. وتسمى هذه الحقول التدييرية التي تحضر في وعي الفريق بشكل قوي "علامات قوية".