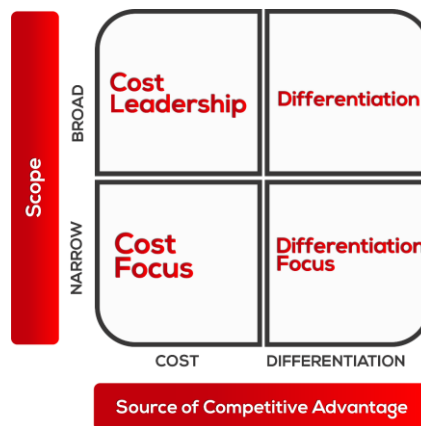


Generic Strategies

Competitive strategy refers to a way of creating competitive advantage over competitors. It represents a greater value for the customer, created either by lower prices or by providing greater benefits and services that justify higher prices.

تشير الاستراتيجية التنافسية إلى طريقة لخلق ميزة تنافسية على المنافسين. وهو يمثل قيمة أكبر للعميل ، يتم إنشاؤه إما عن طريق انخفاض الأسعار أو من خلال تقديم مزايا وخدمات أكبر تبرر ارتفاع الأسعار.



Generally speaking, there are four possible ways to differentiate a business described by Michael Porter in 1985 in his book, "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance." To become a **cost leader** (meaning that you become the lowest-cost producer in the industry) and to become a **differentiation leader** (meaning that you compete in areas other than price valued by customers), both in a narrow or broad scope of business' activities.

بشكل عام ، هناك أربع طرق ممكنة للتمييز بين الأعمال التي وصفها مايكل بورتر في عام 1985 في كتابه "الميزة التنافسية: إنشاء الأداء المتفوق والحفاظ عليه". أن تصبح رائدًا في التكلفة (مما يعني أنك تصبح المنتج الأقل تكلفة في الصناعة) وأن تصبح رائدًا في مجال التمايز (بمعنى أنك تنافس في مجالات أخرى غير السعر الذي يقدره العملاء) ، سواء في نطاق ضيق أو واسع من الأنشطة.

- **Cost Leadership Strategy:** is about minimizing the cost to the organization of delivering products and services.
- **Differentiation Strategy:** involves making your products or services different from and more attractive than those of your competitors
- **Focus strategies:** Cost strategy as well as differentiation strategy could be narrow or broad. Small and medium sized companies are often forced to become focused, namely a niche player, since they are unable to compete against better-resourced broad market companies' offerings.

- إستراتيجية ريادة التكلفة: هي تقليل التكلفة إلى الحد الأدنى لتنظيم تقديم المنتجات والخدمات.
- استراتيجية التمايز: تتضمن جعل منتجاتك أو خدماتك مختلفة عن منافسيك وأكثر جاذبية
- التركيز في الاستراتيجيات: يمكن أن تكون استراتيجية التكلفة وكذلك استراتيجية التمايز ضيقة أو واسعة النطاق. غالبًا ما تُجبر الشركات الصغيرة والمتوسطة على استراتيجيات التركيز ذات النطاق الضيق ، لأنها غير قادرة على المنافسة ضد عروض شركات السوق الواسعة ذات الموارد الأفضل

"Competitive Strategies - Cost Strategy vs. Differentiation Strategy." Consilue, 28 Nov. 2019, consilue.com/en/competitive-strategies-cost-strategy-vs-differentiation-strategy/.