الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور استراتيجيات التصدير في تنشيط المبيعات الخارجية للمؤسسات الاقتصادية، من خلال دراسة حالة مؤسسة "إيريس" (EURL SATEREX IRIS). ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري، ومنهج دراسة الحالة مع توظيف المقابلة الميدانية كأداة رئيسية لجمع البيانات وتحليل واقع الاستراتيجيات التصديرية المعتمدة من طرف المؤسسة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مؤسسة IRIS تعتمد مجموعة من استراتيجيات التصدير المتمثلة في الترويج الدولي، والجودة، والتسعير الدولي، والتي ساهمت مجتمعة في تنشيط مبيعاتها الخارجية خلال الفترة (2021-2025). كما بينت النتائج أن المشاركة في المعارض الدولية شكلت الأداة الترويجية الأكثر فعالية في استقطاب العملاء وإبرام العقود الدولية وتحقيق نمو ملحوظ في المبيعات التصديرية. كذلك أكدت الدراسة الدور المحوري لاستراتيجية الجودة من خلال الاعتماد على الشهادات والمطابقات الدولية في تسهيل النفاذ إلى الأسواق الخارجية وتعزيز ثقة الشركاء الدوليين، في حين ساهمت استراتيجية التسعير المرنة في دعم القدرة التنافسية للمؤسسة داخل الأسواق المستهدفة.

وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تكثيف المشاركة في المعارض الدولية، والمحافظة على تحديث الشهادات والاعتمادات الدولية، وتعزيز مرونة السياسة السعرية بما يتلاءم مع متطلبات الأسواق الخارجية، بما يساهم في دعم تنافسية المؤسسة واستدامة نمو مبيعاتها التصديرية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات التصدير، تنشيط المبيعات، الترويج الدولي، الجودة، التسعير الدولي.

Abstract

Abstract:

This study aims to highlight the role of export strategies enhancing export sales of economic enterprises, through a case study of the "IRIS" enterprise (EURL SATEREX IRIS). To achieve the study's objectives and test its hypotheses, a descriptive approach was adopted for the theoretical framework, while field interviews were utilized as the primary tool for data collection and for analyzing the reality of the export strategies implemented by the enterprise.

The findings of the study revealed that IRIS relies on a set of export strategies—namely international promotion, quality, and international pricing strategy which collectively contributed to stimulating its foreign sales during the period (2021–2025). Furthermore, the results indicated that participation in international exhibitions constituted the most effective promotional tool for attracting customers, concluding international contracts, and achieving remarkable growth in export sales. The study also confirmed the pivotal role of the quality strategy, through reliance on international certifications and compliances, in facilitating access to foreign markets and enhancing the trust of international partners, while the flexible pricing strategy contributed to supporting the enterprise's competitiveness within target markets.

In light of these findings, the study recommended the necessity of intensifying participation in international exhibitions, maintaining the update of international certifications and accreditations, and enhancing the flexibility of the pricing policy to align with foreign market requirements, thereby contributing to supporting the enterprise's competitiveness and sustaining the growth of its export sales.

Keywords: Export Strategies, Export Sales Enhancement, international promotion strategy, quality, international pricing strategy.

Résumé

Résumé :

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle des stratégies d'exportation dans la dynamisation des ventes à l'exportation des entreprises économiques, à travers une étude de cas de l'entreprise « IRIS » (EURL SATEREX IRIS). Pour atteindre les objectifs de l'étude et tester ses hypothèses, une approche descriptive a été adoptée pour le cadre théorique, tandis que des entretiens de terrain ont été utilisés comme outil principal pour la collecte des données et pour l'analyse de la réalité des stratégies d'exportation mises en œuvre par l'entreprise.

Les résultats de l'étude ont révélé qu'IRIS s'appuie sur un ensemble de stratégies d'exportation, à savoir la promotion internationale, la qualité et la stratégie de tarification internationale, qui ont collectivement contribué à stimuler ses ventes à l'étranger au cours de la période (2021-2025). De plus, les résultats ont indiqué que la participation aux foires internationales constituait l'outil promotionnel le plus efficace pour attirer les clients, conclure des contrats internationaux et réaliser une croissance remarquable des ventes à l'exportation. L'étude a également confirmé le rôle pivot de la stratégie de qualité, à travers le recours aux certifications et conformités internationales, pour faciliter l'accès aux marchés étrangers et renforcer la confiance des partenaires internationaux, tandis que la stratégie de tarification flexible a contribué à soutenir la compétitivité de l'entreprise sur les marchés cibles.

À la lumière de ces résultats, l'étude a recommandé la nécessité d'intensifier la participation aux expositions internationales, de maintenir la mise à jour des certifications et accréditations internationales, et de renforcer la flexibilité de la politique tarifaire afin de s'aligner sur les exigences des marchés étrangers, contribuant ainsi à soutenir la compétitivité de l'entreprise et à pérenniser la croissance de ses ventes à l'exportation.

Mots-clés : Stratégies d'exportation, Dynamisation des ventes à l'exportation, Stratégie de promotion internationale, Qualité, Stratégie de tarification internationale.