

تشير الاستراتيجيات إلى الخطط التي توضح بالتفصيل الإجراءات اللازمة لتحقيق الهدف العام. تهدف إلى تحديد ما إذا كانت مؤسسة الأعمال تستحق التنوع في مناطق جديدة، أو تطوير شراكات مع شركات منافسة أو التخلي عن خطوط منتجات معينة للتركيز على الخطوط الأكثر ربحية. يحدد هدف ماكدونالدز على المدى الطويل نموها وزيادة نوايا الأداء في غضون فترة زمنية محددة. لدى الشركة مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعاونية للمساعدة في استمرار نموها. يمكن أن يركز على البقاء في نشاط واحد في الصناعة بهدف رئيسي هو خلق مركز تنافسي. تعرف ماكدونالدز صناعتها بأنها الوجبات السريعة. من خلال التركيز بشكل خاص على صناعة الوجبات السريعة، أنشأت المنظمة صورة ولاء قويين للغاية للعلامة التجارية في جميع أنحاء العالم. التحدي الوحيد هو كيفية الحفاظ على هذا الإنجاز على المدى الطويل. يمكن لماكدونالدز تنوع منتجاتها من خلال الانتقال إلى خطوط أعمال جديدة. يمكنها التنافس في صناعات مماثلة والانخراط في أنشطة مماثلة لبناء تآزر تجاري قوي. يمكنها الانخراط في تنوع غير ذي صلة. يدعو هذا الجانب المنظمة إلى دخول صناعة جديدة ثم التركيز على بناء محفظة علامات تجارية جديدة. استراتيجية العمل: في ماكدونالدز، لذلك، يشكل العملاء الأساس الأساسي لاشتقاق استراتيجيات الأعمال الناجحة. تصنف الشركة مستهلكيها على أساس معايير مثل العمر والأذواق والتفضيلات والانتماءات الثقافية من بين الخصائص الديموغرافية الأخرى. ثم تشرع في تحديد احتياجات قطاعات السوق المستهدفة. في سياق الأذواق والتفضيلات. واجهت ماكدونالدز تحديات وناضلت من أجل تقديم خدمات أفضل ووجبات سريعة منخفضة السعر. وبسبب المخاوف المتزايدة بشأن القيمة الغذائية للوجبات السريعة، لجأت ماكدونالدز إلى توفير الأطعمة الصحية، التي تحتوي على سعرات حرارية منخفضة. في سياق جوانب مثل السعر والإدارة والجودة وتمكين الموظفين، تظل الشركة متقدمة على منافسيها. حيث تمكنت جهود الشركة من التكيف مع التغيرات البيئية بسرعة، واكتساب مهارات تشغيلية جديدة، وتصبح مدركة من الناحية التكنولوجية، استراتيجية وظيفية: هي نهج تتبعه ماكدونالدز لتحقيق أهداف واستراتيجيات و وحدات الأعمال من خلال تعظيم إنتاجية الموارد. ١- التنبؤات وهي عملية التنبؤ بكمية الموظفين اللازمين لليوم التالي والأسبوع وما إلى ذلك، وكمية المخزون اللازمة خلال فتره المناسبات. على سبيل المثال، وعلى أساس ذلك، ٢- التواصل وهي الاتصالات والتفاوض الجيد التي يحتاجها الموظف مع العميل. في ماكدونالدز يجب ان يكون الموظف ودود للغاية مع العميل ولديه تواصل جيد. يتم تدريبهم قبل وقت طويل من التواصل بفعالية. ٣- تنظيم تحدد ماكدونالدز ترتيب أو نمط التفاعلات بين مختلف مجالات الأعمال بعناية لضمان حصولهم على العدد المناسب من الموظفين لتلبية احتياجاتهم لتحقيق مزايا تنافسيه. ٤- تحفيز وهي جعل الموظفين يفعلوا شيئاً لأنهم يريدون ذلك تلتزم ماكدونالدز بمبادئ بسيطة، والتي تتيح إمكانية زيادة أداء موظفيها: - يجب أن تتغير الأهداف كل عام. على سبيل المثال، في البداية يفحص المدير عدد العملاء، ثم يفحص عدد العملاء العائدين ثم يحلل الزيادة في مبيعات الأعمال. تتيح هذه الطريقة إمكانية العثور على قدرات جديدة للموظفين وأساليب عمل جديدة. حيث اظهرت استراتيجيه ماكدونالدز أن الوفاء المتزامن لاحتياجات الموظف هو وحده الذي سيزيد من أداء الموظف. ٥- ابتكار وهو تطوير اختراع إلى منتج قابل للاستخدام، وهي عملية طويلة ومكلفة لكنها وسيلة مهمة لتحسين أداء السوق للشركة وهو أيضا مساهم رئيسي في النمو الاقتصادي للأمة. ٦- تطوير أنشأت العديد من المنتجات لتلبية طلب المستهلكين في الأسواق المحلية في هولندا على سبيل المثال، طوروا ماكروكيت، تضمن هذه الاستراتيجية حصول العملاء المحليين على أطعمة تناسب أذواقهم. ٧- التفويض