

## المهارات التسويقية (القواعد الخمسة في التفاوض).

1. العرض والتقديم: (إكسر الحاجز النفسي (الجليد) مع الزبون بأية عبارة مختصرة عن حسن الاستقبال وقبول الزيارة أو تعامل موظفي الشركة أو عن سمعة الشركة في المجتمع) ثم بدأ بالتعريف عن الزبون بالاسم وعن نفسك وشركتك.
2. الإقناع والتأثير: من خلال طرح المزايا وتعظيم المنافع للزبون والتي سيحصل عليها من المنتج بعد شرائه.
3. الإصغاء: بطريقة فاعلة بالأذن والعين والوجه والإيماءات والابتسامة المتلاحقة دون مقاطعة الزبون إلا عند الضرورة بعد الاستئذان.
4. الرد على الاعتراضات بلياقة واختصار وفق مبدأ ( نعم ولكن . . ) وليس بكلمة (لا) وادعم حديثك وجوابك ببراهين وحافظ على هدوئك.
5. الإغلاق البيعي: (كرر المزايا والمنافع والثناء على الزبون).

## التسويق المباشر:

يعتبر من أنجح الوسائل في التسويق لأنه يعتمد على المزايا التالية:

1. المواجهة الشخصية مع الزبون: حيث المواجهة تؤسس القناعات والميول والمشاعر لدى الزبون من خلال الحوار البيعي.
  2. الاستجابة: إن عملية قبول الزبون على موعد الزيارة واستقباله لموظف التسويق يعتبر قبولاً مبدئياً لصنع قرارات الشراء.
  3. التنوع في العلاقات: إن التسويق المباشر يحقق خبرة جيدة لدى الموظف من خلال علاقاته مع مختلف الشرائح والثقافات والأعمار والأجناس والمستويات.
- وعليه فإن التسويق المباشر يصنع الصفقات والقرارات والنتائج أكثر من أية وسيلة أخرى، كالهاتف والفاكس والإنترنت.

## كيف تفاوض المرأة

عندما تفاوض امرأة عليك أن تعرف ما يلي:

1. المرأة حادة السمع اتجاه ما تراه من سلع وخدمات يهملها طريقة العرض وتتأثر بالكلمات.
2. المرأة لا تهمل التفاصيل الفنية والجودة بقدر ما يهملها الشكل والأميلاج.
3. المرأة تتأخر بالشراء وقت أطول من الرجل لأنها بصعوبة تتغير حاجاتها ورغباتها وسلوكها الشرائي.
4. المرأة يهملها انطباع الآخرين عن ذوقها واختيارها ويهملها الشراء على ذوقها.
5. المرأة ترغب بالتميز في المجتمع بكل احتياجاتها.
6. المرأة يهملها أن تعاملها كالأميات باحترام وتقدير وفخامة.

## العلامات التجارية :

عبارة عن اسم أو رمز أو صورة أو شعار وعندما يكون مسجلاً ومحمياً يعتبر علامة تجارية تهدف إلى تمييز منتجات المؤسسة عن منتجات منافسيها.

فوائد استخدام العلامات والأسماء التجارية:

1. تسهيل الاتصال بين المنتجين والموزعين والمستهلكين.
2. تبسيط عملية تداول المنتج ونقله.
3. وسيلة لتحقيق الحماية القانونية لخصائص فريدة من المنتج.
4. إكساب المنتج شخصية خاصة به يمكن استخدامها لتبرير اختلاف سعره عن أسعار المنتجات المنافسة.

## يعطي المختصين العلامات التجارية الوظائف الأربعة التالية:

1. وظيفة التمايز: تعتبر العلامة التجارية من أكثر الوسائل فاعلية لإظهار تمايز منتج ما عن المنتجات المنافسة.
2. وظيفة خلق الشخصية: تساعد العلامة التجارية في خلق شخصية للمنتج في أذهان المستهلكين، تحدد هذه الشخصية بشكل كبير موقف المستهلكين من المنتج.
3. وظيفة التعرف على المنتج.
4. وظيفة التذكر: باختيار الاسم والشعار المناسبين تساعد العلامة التجارية على تذكر المنتج.

## الخدمة Serves

هي مجموعة منافع غير مادية (غير ملموسة) يقدمها المشروع إلى الآخرين لتلبية احتياجاتهم من تلك الخدمات، تنتهي بعد استخدامها.

أمثلة على الخدمات:

- 
- خدمات الإنترنت.
  - خدمات الاتصالات.
  - خدمات سياحية.
  - دورات تدريبية وتعليمية.
  - صالونات الحلاقة.
  - شركات الدعاية الإعلان.
  - شركات معارض.

## المهرجانات والمعارض:

تعتبر المهرجانات والمعارض الخاصة بالتسويق من الوسائل الترويجية المهمة التي تلجأ إليها المشاريع لأنها تحقق غايات كبيرة أهمها:

- فرصة للتعريف بالمشروع.
- عرض حي ومرئي لمنتجاتك وخدماتك.
- تحقيق قفزة في المنافسة على الآخرين لأنك موجود حيث لا يوجد الآخرون
- تحقيق الشهرة.
- فرص لعقد صفقات وفتح اسواق جديدة.
- كسب زبائن جدد.
- تحقيق مبيعات وإيرادات.
- لقاءات بيع مباشر مع الزبائن.
- فرصة للاطلاع على جهود ونتائج ومستوى الصناعات المماثلة.