

مهارات البيع

ما هو هدفك في المبيعات؟

- أ. تحقيق مبيعات عالية.
- ب. بناء مصداقية مع الزبائن.



العرض

بواسطة

الخدمة

الأمر الإدارية

1. البيع الأفضل زيادة حجم المبيعات من خلال الزبائن الجدد والزبائن الحاليين
2. العرض الأفضل اختيار أفضل موقع استخدام مواد دعائية ولواصق وضع أسعار على الأصناف.
3. الخدمة الأفضل زيارة كافة الزبائن دون إهمال أي زبون تنفيذ كافة الوعود مع الزبائن استبدال منتجات تالفة خلق شعور ودي مع الزبائن.
4. الأمر والخدمات الإدارية تثبيت المبيعات بكشف يومي التوصيل المجاني.

الترويج

مجموعة نشاطات تتعلق بتزويد المستهلك بمعلومات عن المنتج أو الخدمة.

كيف؟ ما هي الوسائل؟

- إعلانات
- بروشورات
- تسويق تلفزيوني
- هدايا
- كتالوكات
- لواصلق
- مسابقتات
- مهرجاتات
- ننوات
- كارت فزفزت
- تسوق الكتروني
- عفناات مجانفة
- بفع مباسر
- اأنافالفة لإاااق منأنا أانا

أهأاف الأروفا... لماذا نرّوا ؟

- لإاارة رابة المسأهلك.
- آلق صورة أمفلة لاء المسأهلك عن المنأنا أو الأنامة.
- إاقنا الزفون بالأنا.
- أعافز الوااء بالماركة.

ما هو الإاعلان...؟؟

هو نشاط أو أسلوب أروفا عن سلعة أو أنامة للأأافر فف الأأرفن.

لماذا الإاعلان...؟؟

- الأعارف بالاسم والمواصفا والأناماا.
- اسأمالا مشاعر الزفون وإاارة اأناما.
- أراغب الزفون للأنا مع المنأنا.
- إعطاء انأباع أنا عن قوة الأناة وسمأنا.
- أنأفا المبفعاا.
- أفا الزفون للأنا أو الأنا.

الواسائل الإاعلانية المهمة...

- صأنا ومأالا مهمة.
- ألفزفون.

■ إذاعة.

■ لوحات طريقية مضاءة.

كيف تختار الوسيلة الإعلانية المناسبة؟

(1) تحديد هدف الرسالة الاعلانية

- إذا كان الهدف هو الوصول إلى شريحة أكبر استخدم الإعلان التلفزيوني.
- إذا كان موجه إلى طبقة معينة استخدم الإعلان الصحفي.

ABAHE

(2) ما هي خصائص المستهلك (ثقافة المستهلك).

- إذا كان المستهلك محدود الثقافة والتعليم استخدم الصورة والصوت.
- إذا كان المستهلك عالي الثقافة استخدم المجالات والصحافة.

(3) ما هي طبيعة المنتج أو الخدمة.

- في السلع الصناعية استخدم المطبوعات.
- في السلع الاستهلاكية استخدم الإعلان التلفزيوني والطرفي.
- في الخدمات استخدم الصحافة.

(4) ما هي تكاليف الإعلان.

- ترتبط تكاليف الإعلان بحجم المبيعات ونوع المنتج وحجم المشروع.
- تكاليف الإعلان التلفزيوني أكبر من الإعلان في جريدة. لكن الإعلان التلفزيوني يصل إلى أكبر عدد ممكن من الشرائح.

المشاركة في المعارض والمهرجانات...

المعارض... لماذا...؟؟؟

- المعارض فرصة لعرض منتجك وخدمتك.
- تعريف الآخرين باسمك ومشروعك وماركتك.
- تحقيق الشهرة.
- تفاوض على عقود وصفقات.

مهرجانات التسوق... لماذا...؟؟؟

- مدة أطول من المعرض.
- تحقيق إيرادات (بيع مباشر).
- لقاء بيعي مع المستهلك مباشرةً.
- الترويج بشكل مرئي (حي) عن منتج وخدمتك.

جميع الحقوق محفوظة © الأكاڤمية العربية البريطانية للتعليم العالي

