

# نصائح في التسويق



اعداد رامي الشريف

<https://www.facebook.com/rami.mohamd>

مجموعة سوق الخليل

<https://www.facebook.com/groups/market.hebron>



أحيانا يجب عليك أن تكون الأول في السوق  
في صنف معين ، لا أن تكون الأفضل ، قم  
بإنشاء تصنيف تكون أنت الأول به ، وتذكر  
أن الناس تميل إلى الاعتقاد أن أول المنتجات  
هي أفضلها وأحسنها رغم أن هذا القانون  
غالباً غير صحيح .

### المقلدون دائماً في الخلف

أثبتت تجارب علمية أن عليك أن تكون  
مختلف عن غيرك في السوق ، أي أن لا  
تكون الأفضل فقط ، مثلما يفعل معظم  
أصحاب المشاريع ابدأ تصنيف جديد تكون  
أنت أول شخص فيه ، واحرص أن يكون هذا  
الاختلاف واضح في أذهان الزبائن والعملاء.



لا تركز على أن تكون الأول في السوق ، بل  
ركز على تكون الأفضل في أذهان الزبائن  
والعملاء ، وهذا الأمر مهم جدا في التسويق.



يعتبر التسويق معركة توقعات لا معركة  
منتجات ، تفشل أفضل المنتجات أحيانا لأنها  
لم تحقق توقعات الزبائن.



التركيز ، إي أن تمتلك مقولة ترسخ في ذهن  
الزبائن المحتملين ، لخص فوائد ومزايا ما  
تبيعه في كلمة واحدة.



لا تقلد غيرك بمقولة تجارية رسخت في ذهن  
الزبائن.





.في معركة طويلة ، تتحول المنافسة في آخر  
الأمر بين ماركتين ، أو شعارين اثنين فقط ،  
مثل كوكا كولا وبيبسي.



.لا تدعي انك الأفضل في السوق من الذي سبقك ، بل  
قدم نفسك على انك البديل عنه ، إي احجز الرقم  
الثاني في السوق بعد المنافس الأول الذي رسخ في  
ذهن الزبائن ، أي ابتعد عن تقليد رائد السوق .



مع مرور الزمن ينقسم تصنيف واحد إلى عدة تصنيفات ، مثل السيارات كانت عبارة عن صنف واحد وهي سيارات الركوب ، ولكن مع مرور الزمن أصبح لدينا سيارات رياضية ، وسيارات عائلية وسيارات رباعية ، وفي كل صنف تجد رائد مختص به .



انظر إلى المدى البعيد في عملية التسويق ، لأن الجهود تتراكم مع الزمن ، وهي بحاجة لفترة زمنية طويلة ربما حتى تظهر الآثار الحقيقية لها .



.لا تحاول توفير كل شيء للزبائن ، لأنك لا  
تستطيع التركيز على كل شيء وسوف توقع  
نفسك في مشاكل ، من الأفضل لك أن تركز  
على منتج وحيد يحقق ربح وفير .



.التسويق مثل المعارك ، أحيانا عليك أن  
تتنازل عن معركة لتكسب أخرى ، مثل تقليل  
عدد المنتجات لتقليل الفئات المستهدفة .



صفات المنتجات مهمة في التسويق ، واعلم  
انه لكل صفة مهما كانت صفة مضاد لها ،  
ابتكر صفة مختلفة عن الأخرى لمنتجك  
ويجب عليك أن تروج بطريقة قوية لقيمتها ،  
مما يزيد كمية مبيعاتك .



الاعتراف للزبائن بأشياء سلبية سوف يأتي  
لك برد فعل ايجابي ، لان كل حقيقة سلبية  
تعترف بها سيتقبلها الزبون ، و إذا سلكت  
طريق الصراحة مع الزبون في يوم من الأيام  
تأكد أن النتائج ستكون ايجابية.





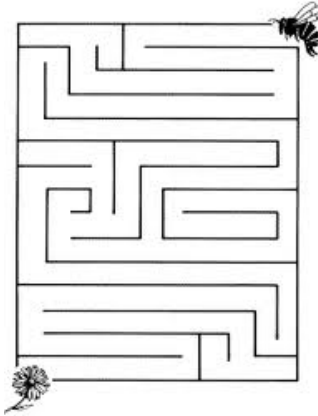
مثل الحروب ، قم بما هو غير متوقع تجني  
نتائج ايجابية ، مثل الضربة الواحدة القوية ،  
أفضل لك من الجهود المتعددة وقليلة الفوائد  
، وتذكر انه يجب عليك معرفة ما يجري في  
السوق الذي هو بمثابة ارض معركة مثل  
الحروب .



مقياس أي حملة تسويق هو حجم المبيعات ،  
مع الأخذ بعين الاعتبار أن بعض الإعلانات  
تأتي حصاد فوائدها بعد فترة من الزمن .



تعلم التجديد في معركة التسويق لا تكرر  
وتقلد بل عليك التغيير ومخالفة منافسيك .



ابتعد عن الخطط التسويقية بعيدة المدى لأنها لا تجدي ولا تفيد  
، بل اتبع الخطط المرنة والقابلة للتغيير بسلاسة وبسرعة .



أحيانا يغتر مدير التسويق إذا صعد إلى القمة ،  
فينشغل عن الزبائن الذين هم أساس  
نجاحه ، احذر لان الزبائن والعملاء  
يحتاجون إلى متابعة دائمة .



يظن أكثر الناس أن الماركة الناجحة نجاحها  
يعود للماركة ، ولكن الاعتقاد الصحيح هو  
إن الماركة تماشت وتناغمت مع قوانين  
التسويق .

---

هذا الكتيب الصغير مقدم من مجموعة سوق  
الخليل على الفيس بوك

[facebook.com/groups/market.hebron](https://www.facebook.com/groups/market.hebron)



ارجوا من الله أن تكون قد استفدت من هذه النصائح



---

رامي الشريف

<https://www.facebook.com/rami.mohamd>