المحور الرابع: تنشيط المبيعات

1. تعريف تنشيط الملبعات

يعرف تنشيط المبيعات على انه يشمل كل المواد والاساليب والجهود التي تدعم وتكمل جهود البيع الشخصي وهي غير شخصيه على انه مجموعه من التقنيات هم مثل ان يكون تأثيره قصير الامد لغرض حث المستهلكين على شراء المنتج او الخدمة وهذا يعني ان اسلوب تنشيط المبيعات يعتمد على تنوع وتعدد الوسائل المستخدمة والهادفة الى تأثير سريع وفعالي في الجمهور المستهدف
كما يمكن القول ان التنشيط يمثل اداة فعالة لتسريع العملية البيعية، يستخدم لتعظيم المبيعات والتخلص من مخزون سلعي معين .

2. أهداف تنشيط المبيعات:

تختلف اهداف التنشيط المبيعات في اختلاف الجمهور المستهدف

- - تشجيع وحسن مستهلك على تجربه المنتج سواء كان جيدا او محسن
- المستهلك على الشراء بكميات اكبر
- اقناع تجار التجزئة والجملة لطلب المنتج بعينه
- اقنع الموزعين لطلب كميه اضافيه اكثر من الطلب المعتاد وذلك بحافز خصم الكميه
- تحفيز مندوبي البيع على البيع في المواسم الراكدة
- توجيه نظر مندوبين بيع عائله التحسينات التي تدخلها الشركة على المنتج

3. التقنيات:

- **ترويج موجه للمستهلكين**: عينات، قسائم (الاشتراك)، جوائز(مجانية ونصف مجانية كتقديم عبوات فارغة مقابل الجائزة) ، حجم إضافي بنفس السعر...، التسويق بالأحداث: (ربط المنتج بحدث معين = الرعاية: بطولة رياضية، مهرجان سينمائي، ندوات ومؤتمرات علمية، لقاءات اجتماعية...، فتحمل تكلفة الحدث مقابل ظهور اسمها كراعي رسمي واستعمال منتجاتها وعرض إعلاناتها داخل المكان المخصص لهذا الحدث)
- **ترويج موجه للوسطاء**: حوافز ، خصومات معارض تجارية، تجهيزات لعرض المنتجات مسموحات...

* **الخصم**: يحصل عليه الوسطاء على الكميات المشتراة خلال فترة زمنية:

- **خصم على المشتريات**: وهو خصم تصاعدي يمنح للوسطاء (علاقة طردية بين الكمية ونسبة الخصم)

- **خصم ترويجي:** تمنح المؤسسة خصما للوسطاء نظير جهودهم الترويجية لمنتجات المؤسسة
- **خصم خاص:** يمنح عند شراء المنتجات الجديدة للمؤسسة، وذلك نظير تحمل درجة من المخاطرة مع المؤسسة

* **الممسوحات:** وهي أموال تقدمها المؤسسة لتجار التجزئة نظير قيامهم بترتيبات إضافية لخدمة منتجات المؤسسة

- **ممسوحات نظير العرض:** مبلغ نظير عرض منتجات المؤسسة في مساحة أكبر داخل المحل أو بصورة جذابة أو بموقع مميز بالمحل.
- **ممسوحات نظير إعلان:**
- **سلع مجانية:** نظير كميات أكبر من المشتريات لمنتجات المؤسسة.
- **مواد إعلانية خاصة:** تتمثل في أي شيء ذو طبيعة إعلانية يحمل اسم المؤسسة وعلامتها، أقلام، ساعات، حقائب، أكياس بلاستيكية، حوامل أقلام، رزنامة شهرية...

* **تجهيزات العرض:** كالأرفف، الثلاجات، حوامل العرض...