

أهم 5 أخطاء عليك تجنبها لكي لا تفسد خطتك التسويقية

المقدمة:

لكي تنجح في تحقيق أهداف شركتك أو مشروعك عليك أن تعرف كيف تقوم بصياغة هذه الأهداف بالطريقة الصحيحة، ولكي تتمكن من ذلك عليك أن تعرف ما هو التسويق وما هي الخطة التسويقية.

الخطة التسويقية هي ما تعتمد عليه كل الشركات الناجحة في مختلف المجالات, وذلك لأنها تعمل على الترويج, إن أهمية الخطة التسويقية .عند البدء بأي مشروع صناعي أو تجاري، يجب أن يكون العمل مبنيًا على أسس سليمة لتحقيق النمو والربح، وتخفيف التعرض للمخاطر، ولبدء أي مشروع ناجح يجب أن تكون هناك خطة عمل واضحة الأهداف.

جدول المحتويات:

1. ماهية التسويق والخطة التسويقية وأهميتها.
2. أكثر المهارات اللازمة لنجاح التسويق وعملية البيع.
3. أهم العوامل اللازمة لنجاح الخطة التسويقية.
4. أهم خمس أخطاء عليك تجنبها لعدم فشل الخطة التسويقية.

1.ماهية التسويق والخطة التسويقية:

إذ ولد التسويق الرقمي أو التسويق الاجتماعي في هذه الأعوام بسبب وجود الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية، إذ يمكن للمستهلكين التواصل مع الشركات ومع بعضهم البعض في أي وقت، كما يمكن تلبية كافة احتياجاتهم بواسطة وسائل التواصل في معظم الأحيان، فالشركات في هذه المرحلة تركز على العملاء والتواصل الحقيقي على مدار 24 ساعةً معهم، مع الأخذ بعين الاعتبار أن عصر التسويق يتغير يومًا بعد يوم، فما يُعتبر أداةً ناجحةً اليوم قد لا ينفع غدًا، ومن ذلك تظهر أهمية مواكبة تطوّرات العصر والتغيير، فكل يوم تظهر منصة تسويقية جديدة على الساحة، لذا يجب البقاء على أهبة الاستعداد.

الخطة التسويقية:

هي وثيقة أو تقرير يحدد استراتيجية التسويق التي يجب أن تتبعها الشركة، كما يوضح بيئة التسويق والعملاء والزبائن المستهدفين إضافة إلى المنافسين المتوقعين والأخطار الأخرى التي قد يتعرض لها سير عمل الشركة، وتوضح الخطة التسويقية أهداف المبيعات والربح المتوقع خلال فترة زمنية محددة.

أهمية الخطة التسويقية:

- توضح الخطة التسويقية الأهداف العملية التي ينبغي على الشركة تحقيقها.
- تساعد على فهم حاجة السوق الذي تستهدفه الشركة بدقة ووضوح.
- تساعد الخطة التسويقية على اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب بناءً على الأرقام والإحصائيات والمعلومات وليس التوقعات.
- توضح مدى فعالية استراتيجية التسويق التي تتبعها الشركة، مما يساهم في تحسين وضع الشركة ضمن السوق.
- تساعد الشركة على معرفة قنوات التسويق الأفضل.
- مراجعة وتقييم أعمال الشركة خلال الفترة الزمنية المحددة لخطة التسويق.
- تحديد مهام كل قسم من أقسام الشركة ودوره في التسويق.
- تسهيل التواصل بين مختلف أقسام المعمل أو الشركة.

2.أكثر المهارات اللازمة لنجاح التسويق وعملية البيع:

أ. إن من أهم المهارات هي معرفة مهام مدير المبيعات والتسويق والتي تكمن في تحديد, قد يهمك الاطلاع على ما هي عوامل نجاح المنجر الالكتروني.

الأهداف والرؤية والرسالة الإستراتيجية للشركة وتحليل البيئة التنظيمية الداخلية والخارجية للتعرف

على مواطن القوة والضعف والفرص والتهديدات فى إدارة التسويق والمبيعات , ومسئول عن إعداد ووضع الخطط التسويقية والبيعية وتنظيم النشاط البيعي والرقابة والتقويم للأنشطة البيعية والتسويقية , ووضع الخطة التنفيذية الخاصة بإدارة المبيعات بما يخدم الخطة الإستراتيجية العامة للشركة ، وضمان تنفيذ هذه الخطة بالتأكد من سير أعمال إدارة التسويق والمبيعات , وهو مسئول أيضاً عن تحديد احتياجات القسم من مندوبي المبيعات والتسويق والتوزيع ومؤهلاتهم واحتياجاتهم وتدريبهم وتأهيلهم.

ب. البيع بالعلاقات الشخصية:

إن البيع بتكوين علاقات شخصيه مع المشترى يعتبر عكس الطرق التقليدية فى البيع. إن العلاقات بين البائع و المشترى هى التى تبنى الثقة و الراحة فى التعامل بين الطرفين. إن بناء علاقه موده و بناء الثقة بين الطرفين هى التى تجعل العميل دائم التعامل مع المنشأة ولا يفكر فى التوجه لغيرك للشراء منه. الاستمرارية هى التى تضمن بها الدخل الدائم لمنشأتك. ركز على شيء واحد عند البيع :لا تكن مشتتا و تعرض أكثر من سلعه فى وقت واحد. تأكد من الهدف الرئيسي لزيارتك للعميل المتوقع قبل أن تبدأ الحديث . اجعل هدفك واضحا سواء كان عن المنتج الذى تبيعه أو الخدمة التى تقدمها.

ج. معرفة طرق إجراء أبحاث السوق:

مع نمو الأسواق و إتباع طرق الإنتاج الكبير ,لا يسمح بأقل خطأ فى حسابات التوزيع لهذه الكميات المنتجة. الأخطاء أصبحت مكلفه جدا بل وفى كثير من الأحيان مدمره. من هنا ظهرت حاجه ملحه لمعرفه السوق من حولك جيدا والتعرف على أي تغير قد يحدث فيه. وتكمن المشكلة فى أن تعرف كيف يتفاعل المستهلكون مع منتج جديد أو كيف كان تفاعلهم مع منتج موجود بالفعل فى السوق.

ء. كيف تعرف علامتك التجارية:

إن تعريف أو تحديد العلامة (شعار)التجارية هى أول خطوه فى عمليه تنميه و تطوير إستراتيجيتك لتعريف منتجك أو الخدمة التى تعرضها. بتعريف ما هى علامتك تكون قد وضعت الأساس لباقي مكونات التسويق لتبنى عليها. التعريف بالعلامة التجارية هو المقياس الذى يقيس و يقيم أداء باقي أدوات التسويق لديك. تبدأ هذه العملية بالإجابة على هذه الأسئلة : 1. ما هو نوع الخدمات و المنتجات التى ستبيعها , و ما هى مواصفاتها؟ 2. ما هى القيمة الأساسية لمنتجك أو خدمتك؟ ما هى قيمه منشأتك ذاتها؟ 3. ما هى مهمه المنشأة ؟ 4. فى ماذا تتخصص المنشأة ؟ 5. من هو سوقك المستهدف ؟ و من الذين يجذبهم منتجك أو الخدمة المقدمة.

ن. افهم شخصية عميلك:

عند التدريب على أصول البيع عاده ما نسأل لماذا تنجح وسيله مع عميل ولا تنجح مع آخر؟. الإجابة هى شخصيه العميل هى التى تشكل كل الفرق. إن فن البيع هو فن التحريض على الشراء, وبما أنه كذلك فهو يعتمد على فهم شخصيه العميل. إن من يتعامل مع مختلف الأشخاص لفترات طويله وبانتظام, يعلموا إن لا شيء يفيد طول الوقت مع اختلاف الأفراد. لتكون فعالا فى التعامل مع الآخرين يجب أن تخاطب الشخصية المختلفة لكل فرد بطريقه مختلفة. عليك أن تفصل طريقه للبيع تناسب الشخصيات المختلفة للمشترين الذين تتعامل معهم. إن جزء مهم من عمل محترفي البيع هو تحديد نوع شخصيه العميل ليتمكن من التعامل معها لإتمام عمليه البيع بنجاح.



3.أهم العوامل اللازمة لنجاح الخطة التسويقية:

قد يهمك الاطلاع على أهم الخطوات اللازمة لبناء الهوية التجارية.

أولاً: تحديد استراتيجية التسويق

- أبحاث السوق.
- وضع العلامة التجارية.
- استراتيجية المنتج.
- استراتيجية الأسعار.

ثانياً: محتوى خطة تسويقية محكمة.

ثالثاً: قياس فعالية خطة التسويق والاجراءات.

رابعاً: الاستهداف وتطوير الأهداف التسويقية.



4.أهم خمس أخطاء عليك تجنبها لعدم فشل الخطة التسويقية:

هل حملتك الدعائية خلاقة جدا ؟ اليك ما يفصل بين خطة فعالة عن الخطة الغير فعالة. إن خطة

التسويق مثل خطة المعركة. يجب ان تخدم عملك وتجد ذلك ما يجب ان تقوم به لتنجح فى تسويق منتجاتك أو خدماتك كما يجب أن تتميز بالمرونة ، لذلك قد تحتاج الى تعديلها مع متطلبات السوق ولتظل محافظا على مكانتك فيه, قد يهمك الاطلاع على سياسة التسعير وأنواعها

هناك أشياء يجب ان تتجنبها عند وضع خطة التسويق لمشروعك و تذكر ان افضل تسويق هو التجانس بين إستراتيجية جيدة والتقنيات التى بدون أي منها لن تستطيع انجاز أي شيء . لا تحاول أن تبتعد من هذه الأساسيات.

الآتي هو ما يجب أن تتجنبه عند وضع خطة التسويق:

1- ملأ الخطة بما لا يفيد :

وضع اشياء ليس لها علاقة بالأرقام أو الإستراتيجية أو التقنية التى ستتبعها فى التسويق . العموميات أيضا تشكل خطأ لا يفيد خطتك . عندما تقول أن العميل المستهدف هو "الجميع " أو الكبار من الخمسين لما فوق . هذا لا يحدد شيء ويؤدى الى المشاكل أثناء التنفيذ. فكر فى مكان محدد لك فى السوق . بدلا من الجميع , حدد: " الذكور 16 فما فوق الذين يمارسون رياضة الكرة ".

وبدلا من البالغون من خمسين فما فوق . غيرها الى: السيدات من خمسون فما فوق اللاتي تتسوقن على الإنترنت على الأقل ثلاث مرات فى الشهر.

تذكر أن التسويق يهدف الى العملاء الذين يشترون و ليس المتفرجين. تخيل الذهاب الى بائع الخضراوات وشراء كل شيء . قد تريد ذلك لكن فى الواقع مصادرك المالية لن تساعدك على ذلك . هذا يعنى الشراء المثالي بالمصادر التى لديك بالفعل. لذلك يجب أن تحدد من هو العميل المثالي وكم من المصادر الجاذبة لكسب هذا العميل . ثم ضع خطة واضحة محددة وغير مملوءة بما لا يفيد.

2- لا تقوم بعملياتك الحسابية :

إن التسويق يقوم اساسا على الرياضيات ، والرياضيات أساسها الأرقام ومشروعك أيضا أساسه الأرقام إذا لم تعرف أرقامك لن تنجح فى عملك. عمل خطة تسويق دون معرفة ما هى تكلفة جذب العميل . ما هو متوسط المبيعات التى يجب أن تحققها ، ما هو هامش الربح الذى يجب أن تحققه ما هو متوسط ما يشتريه العميل . ستفشل تماما ويفشل مشروعك إذا كنت ستدفع 1000 جنيها للإعلانات ، يجب أن تعرف كم من العائدات عليك أن تحصل عليها لتغطى هذه التكلفة وتحقق هامش ربح مقبول؟

3- الاعتماد بشدة على الإبداع :

الإبداع شيء جيد ومن عوامل نجاح المشروع . ولكن التركيز عليه بشدة أكثر من التقنيات ستضر مشروعك . قد ينجذب العميل لابتكار جيد لفترة . ولكن قد يمل وينجذب لمنتج جديد . يجب مع الابتكار أن تكون هناك التقنيات التى تطور دائما حتى تجعل المشترى يظل يشتريها لفترة حتى تحقق دخل مناسب لمشروعك. لذلك أرقام العائدات مهمة لتحديد ما إذا كنت ستستمر فى إنتاج سلعة ما أم تلغيها أو تطويرها.

4- أن تظن التسويق هو فقط الإعلان :

بينما الاعلان هو جزء من خطة التسويق , نجد أن التسويق أكبر بكثير من مجرد الإعلان . التسويق ليس فقط كيف تبيع ما تنتجه أو تقدمه من خدمة . بل هو الطريقة التى ترد بها عاملة الاستقبال على التليفون وكيف تبنى الثقافة الداخلية للمنشاة . إن التسويق أيضا هو :

الجوانب الإستراتيجية والتقنية التى تحدد قاعدة عملائك وتكتشف منافسيك وحدودهم .

وضع سياسة التسعير والبيع والترويج، وخلق نظام لتكرار الشراء منك .

اذا لم تدرس كل هذه الجوانب عند وضع خطة التسويق فقد وقعت فى الفخ المكلف والمضيع للمجهود وهو الإعلان . فقد تنصحك شركة الإعلان ، استمر فى الإعلان لمدة ثلاث أسابيع حتى يبدا البيع . هذه الفترة قد تضطر أن تنفق من رأسمال المشروع وقد لا يأتي المال الذى تعوضه فتخسر مشروعك, ادرس وحدد قبل وضع الخطة.

الخاتمة:

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق بصمة محارف.

حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا والسيو.

و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة. سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع بصمة محارف الرسمي على الإنترنت.

قد يهمك أيضًا الاطلاع على مقالات أخرى:

ما هو الترويج.

دراسة الجدوى الاقتصادية.

ما هو التسويق الاستراتيجي وما هي أهدافه.

7 خطوات لإعداد خطة تسويقية ناجحة.

اهمية الشعار و الهوية البصرية.

(SEO) وما هي فائدته لموقعك ؟ما هو السيو.

ما هو التسويق الداخلي- INBOUND MARKETING.

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.