

كيف تضع خطة إعلانات فعالة

أولاً: محتويات خطة الإعلانات

ثانياً: شرح محتويات خطة الإعلانات

1- ملخص الخطة الإعلانية

2- تحليل الترويج للاستفادة من فرص السوق

1-2 تحليل آليات التواصل

2-2 إستراتيجية تشريح السوق

3- إستراتيجيات الشركة

1-3 إستراتيجية الصورة الذهنية لشركتك

2-3 إستراتيجية إنشاء الماركة

3-3 إستراتيجية الصورة الذهنية لماركتك

4-3 إستراتيجية التوزيع

5-3 بين الشركات والأعمال

6-3 إستراتيجية العلاقات العامة

7-3 التقييم

- المرفق رقم 3 موازنة البرامج الترويجية

4- إدارة الاتصالات التسويقية المتكاملة

1-4 الأهداف

2-4 موازنة الاتصالات التسويقية المتكاملة

- المرفق رقم 4: جدول الموازنة

3-4 اختيارك للوكالة الإعلانية

4-4 موقعك على الإنترنت

5- الهدف الأول: الزبائن الأفراد

1-5 الموازنة المخصصة للزبائن الأفراد

المرفق رقم 5 الموازنة الخاصة بالتواصل مع الزبائن (الأفراد)

2-5 مناهج الاتصالات التسويقية المتكاملة

- المرفق رقم 6 موازنة الإعلانات حسب الزبائن (الأفراد)

6- الهدف الثاني: قنوات التوزيع

1-6 الموازنة

- المرفق رقم 7 موازنة قنوات التوزيع

2-6 مناهج الاتصالات التسويقية المتكاملة

- مرفق رقم 8 موازنة الإعلانات وفقاً لقنوات التوزيع

3-6 خطة وسائل الإعلان

4-6 التقييم

7- الهدف الثالث: التواصل مع الشركات والأعمال

1-7 الموازنة

- مرفق رقم 9 الموازنة المخصصة للترويج لقطاع الشركات

2-7 مناهج الاتصالات التسويقية المتكاملة

- مرفق رقم 10 موازنة الإعلانات وفقاً لقطاع الشركات

3-7 خطة وسائل الإعلان

4-7 التقييم

8- العينة الإعلانية/ نماذج الإعلانات

1-8 نموذج الشعار

2-8 نموذج إعلانات الأفراد

3-8 نموذج الإعلانات الموجهة إلى الشركات وقطاع الأعمال

4-8 نموذج الإعلانات المرئية

5-8 نموذج صفحة الإنترنت

فنون وأسرار البيع المباشر

أولاً: أهمية عالم المبيعات وأهميتك في عالم المبيعات

ثانياً: أسرار الباعة الأوائل

ثالثاً: خطة عمل البائع الناجح

أهم عناصر خطة البائع الناجح

أهم النماذج المستخدمة في وضع خطة عملي كبائع

رابعاً: التطور الجديد في فن البيع المباشر

خامساً: الخريطة العقلية

1- مرحلة "خارج التغطية Amoral Phase" -

2- مرحلة "تعظيم الذات Ego Phase" -

3- مرحلة "إرضاء الآخرين Pleaser Phase" -

4- مرحلة "السلطة العقلية Authority Phase" -

5- مرحلة "التميز والتكيف Principle Phase" -

6- مرحلة "تحمل المسؤولية Responsible Phase" -

7- مرحلة "العالمي Universal Phase" -

سادساً: مندوبي المبيعات والخطة العقلية

أ- البائع المعتد بذاته Ego Phase

أ-1 البائع المعتد بذاته والاستكشاف والمبادرة

أ-2 البائع المعتد بذاته ومرحلة العرض

أ-3 البائع المعتد بذاته ومعالجته للاعتراضات وإتمام الصفقة

أ-4 البائع المعتد بذاته والمتابعة بعد البيع

ب- البائع الودود Pleaser –

- ب-1 البائع الودود والاستكشاف والمبادرة
- ب-2 البائع الودود ومرحلة العرض
- ب-3 البائع الودود ومعالجته للاعتراضات وإتمام الصفقة
- ب-4 البائع الودود والمتابعة بعد البيع

ج- البائع السلطوي Authority –

- ج-1 البائع السلطوي والاستكشاف والمبادرة
- ج-2 البائع السلطوي ومرحلة العرض
- ج-3 البائع السلطوي ومعالجته للاعتراضات وإتمام الصفقة
- ج-4 البائع السلطوي والمتابعة بعد البيع

د- البائع المميز (المخوار Principle –)

- د-1 البائع المخوار والاستكشاف والمبادرة
- د-2 البائع المخوار ومرحلة العرض
- د-3 البائع المخوار ومعالجته للاعتراضات وإتمام الصفقة
- د-4 البائع المخوار والمتابعة بعد البيع

سابعاً: دورة المبيعات

التحضير قبل البدء

ثامناً: المميزات الأربع في البيع المتكرر

1-8 اعرف "حمزاً" (حاجة وميزانية وزمن وآمال وآلام)

- أ- معرفة حاجة الزبون
- ب- معرفة ميزانية الزبون
- ج- معرفة مدى التزام الزبون
- د- معرفة الآلام والآمال المحرصة للشراء

2-8 اعرض (مهارات العرض)

- أ) الرغبة والحافز
- ب) تنظيم العرض
- ج) آليات التواصل

3-8 أتمم

فنون التفاوض البيعي والتعامل مع الاعتراضات وإتمام الصفقات

4-8 أبقى الزبون وحافظ عليه مدى الحياة

تاسعاً: دورة المبيعات وأنماط الزبائن

1-9 الزبون المعتد بنفسه

2-9 الزبون الودود

3-9 زبائن السلطة العلمية

4-9 الزبون المثالي

معلومات هامة في عالم البيع المباشر

1- أساسيات اللقاء

2- الاستعداد النفسي قبل الدخول في عملية البيع

3- التواصل مع الأظباء

4- كيف تبدأ الحديث وتكسب الأصدقاء