

ما هو الترويج؟

مقدمة

الترويج في الأعمال التجارية هو أي اتصال يحاول التأثير على الأشخاص لشراء المنتجات أو الخدمات. تقوم الشركات عمومًا بتـرويـج علامتها التجارية ومنتجاتها وخدماتها من خلال تحديدالجمهور المستهدف وإيجاد طرق لإيصال رسالتها إلى هذا الجمهور. فيما يلي تعريف كامل لما هو التــرويج ، وأمثلة على الأنواع المختلفة من العروض الترويــجــية التي يمكن للشركات استخدامها.

جدول المحتويات :

1. **ما هو الترويج؟**
2. **ترويج المنتجات والمبيعات**
3. **كيف يعمل الترويج؟**
4. **ما هي أهمية الترويج ؟**
5. **مكونات الترويج**
6. **طرق ترويج المبيعات**

ما هو الترويج؟

الترويج هو مصطلح شامل يتضمن جميع الطرق التي يمكن أن تحاول بها الشركة تعزيز رؤية منتجاتها أو خدماتها أو علامتها التجارية.بشكل دقيق، يمكن تعريف الترويج على أنه عملية الاتصال التسويقي التي تتضمن المعلومات والإقناع والتأثير. يحتوي العرض الترويجي على ثلاثة أغراض محددة: توصيل المعلومات التسويقية للمستهلكين والمستخدمين وأفراد إعادة البيع. تعمل الجهود التــرويــجية كأدوات قوية للمنافسة توفر أحدث برامج التسويق بالكامل. تم تعريف الترويج على أنه "الجهود المنسقة التي يتم البدء بها ذاتيًا لإنشاء قنوات للمعلومات والإقناع لتسهيل أو تعزيز بيع السلع أو الخدمات ، أو قبول الأفكار أو وجهة النظر". إعلان ملصق في محطة للحافلات هو شكل من أشكال التــرويــج. هذا هو البيع الذي يُخصم سعر المنتج أو الخدمة لفترة محددة من الوقت. يمكن استخدام كلمتي "تـرويج" و "إعلان" بالتبادل ، لكنهما ليسا نفس الشيء. الإعلان هو أحد الإجراءات المحددة التي يمكنك اتخاذها للتـرويج لمنتجك أو خدمتك. بمعنى آخر ، إنه نوع واحد من التـرويج. يمكن أن تشير العروض الترويجية إلى جهد (مثل إعلان) ، أو مفهوم (مثل تخفيض مؤقت في السعر) ، أو عنصر (مثل قميص ذي علامة تجارية). في الممارسة العملية ، عادة ما يجمع التـرويج بين العديد من أشكال الاعلان. على سبيل المثال ، قد يخطط متجر لبيع الملابس لبيع الجينز وينشر إعلانًا في إحدى الصحف المحلية لإعلام الناس بموعد البيع ومكانه.

ترويج المنتجات والمبيعات

في التسويق ، تستخدم العلامة التجارية أو الشركة أو المنتج أو الخدمة العروض الترويجية لزيادة أو تحسين تصور الأصل المروج له ولزيادة المبيعات.تعمل التكتيكات الترويجية في سلسلة كاملة - من القسائم إلى المبيعات "ثنائية مقابل" (اشترِ واحدة ، واحصل على الثانية مجانًا) إلى عمليات الشطب المباشرة للدولار ، أو التخفيضات المئوية.يتم إجراء عروض المبيعات الترويجية من خلال وسائل الإعلام عبر الإنترنت مثل منصات التواصل الاجتماعي أو الاتصالات الرقمية مثل الرسائل القصيرة للجوال أو الوسائط المطبوعة مثل الصحف أو في مكان مادي مثل متجر بيع بالتجزئة. تشمل الطرق الأخرى المستخدمة للترويج لنشاط تجاري أو منتج الكلمات الشفهية وبطاقات العمل والنشرات.

كيف يعمل الترويج؟

الترويج هو جانب حيوي في أي عمل تجاري. بدون مستوى معين من الترويج على الأقل ، لا يمكن للأعمال التجارية الحصول على عملاء ، وبدونها ، ستكون مسألة وقت فقط قبل أن يضطر النشاط التجاري إلى إغلاق أبوابه.بينما تحتاج جميع الشركات إلى نوع من التــرويج ، إلا أنها لا تحتاج جميعها إلى نفس الأنواع أو نفس مستويات الترويج. لن يكون لشركتين نفس الاحتياجات التــرويـجية بالضبط ، وتختلف التكتيكات اختلافًا كبيرًا بين الصناعات.قد يحتاج متجر الزاوية فقط إلى علامة يمكن رؤيتها من الرصيف لإعلام العملاء بوجود المنشأة. وقد تحتاج الشركات الأخرى أيضاً إلى الاستثمار في جهود البيع المباشر أو شراء وقت

الإعلان على خدمة البث ، على سبيل المثال.قد يتعين على الشركات الجديدة أن تمر بفترة التجربة والخطأ لتجربة أنماط ترويجية مختلفة قبل أن تجد الأنسب لها. حتى الشركات الراسخة جربت استراتيجيات ترويجية جديدة بالإضافة إلى استمرار ترويجاتها المجربة والصحيحة.



ما هي أهمية الترويج ؟

يمكن توضيح أهمية الترويج بإيجاز أدناه:

1.بيع البضائع في السوق غير الكاملة:

يساعد الترويج في مبيعات البضائع في السوق غير الكاملة. في ظروف السوق غير الكاملة ، لا يمكن بيع المنتج بسهولة على أساس تمايز السعر فقط.إنه النشاط التــرويــجي الذي يوفر معلومات حول الاختلافات والخصائص والاستخدامات المتعددة لمنتجات المنافسة المختلفة في السوق. ينجذب العميل لشراء البضائع على أساس هذه المعلومات بنجاح.

2.سد الفجوة بين المنتجين والمستهلكين:

يساعد التــرويــج في سد الفجوة بين المنتجين والمستهلكين. نظرًا لظروف السوق الصعبة ، فإن البيع الجماعي مستحيل تمامًا بدون أنشطة ترويجية.لقد اتسعت المسافة بين المنتجين والمستهلكين في الأيام الحالية لجعلهم يتطرقون إلى المنتج بحيث تكون الأنشطة الترويجية ضرورية.

3.مواجهة منافسة شديدة:

يساعد الترويج في مواجهة المنافسة الشديدة في السوق ، فعندما يزيد المصنِّع من إنفاقه

الترويجي ويتبنى استراتيجية صارمة في تكوين صورة للعلامة التجارية ، يضطر الآخرون أيضًا إلى اتباع نفس النهج.هذا يؤدي إلى "حرب ترويجية". بدون الترويج للسلع ، المنافسة غير ممكنة في السوق. لذلك ، من الضروري مواجهة المنافسة في السوق بمساعدة الأنشطة الترويجية.

4.تحقيق مبيعات كبيرة:

الترويج يساعد في البيع الكبير للسلع والخدمات. ترويج المبيعات هو نتيجة الإنتاج على نطاق واسع.لا يمكن تحقيقه إلا بالطرق المناسبة للبيع على نطاق واسع. البيع على نطاق واسع ممكن بمساعدة النشاط الترويجي.بسبب البيع الكبير للبضائع ، ستكون هناك فرصة أكبر للترويج للسلع. لذلك ، من الضروري بيع الكثير من السلع في السوق للأنشطة التـرويجــية.

5.مستوى معيشة أعلى:

يساعد التـــرويــج في رفع مستوى الناس ، حيث تعمل الأنشطة الترويجية على زيادة مستوى المعيشة من خلال توفير سلع أفضل بمعدل أقل بسبب الإنتاج والبيع على نطاق واسع.يساعد على رفع مستوى المعيشة بطريقة جيدة. يمكن للناس رفع مستوى معيشتهم بمساعدة النشاط الترويجي.مع زيادة الأنشطة التــرويــجية ، يرتفع مستوى معيشة الناس أيضًا. لذلك ، فإن النشاط الترويجي له دور كبير في زيادة مستوى الأشخاص حتى يتمكنوا من عيش حياة جيدة وسعيدة.

6.المزيد من الوظائف:

الترويج يساعد على خلق المزيد من فرص العمل.يمكن للناس الحصول على فرصة عمل بمساعدة الأنشطة التــرويــجية. بمساعدة النشاط التـرويـجي ، يتم تحفيز العديد من العمال تجاه العمل.يساعد النشاط التـرويـجي على زيادة فرص العمل للأشخاص العاطلين عن العمل ، حيث لا يمكن تنفيذ الأنشطة التــرويــجية دون مساعدة فريق مبيعات فعال ومتخصصين في مختلف المجالات.

7.زيادة الضغط التجاري:

يساعد التــرويــج على زيادة الضغط التجاري في السوق. أدى نمو تجار التجزئة على نطاق واسع ، مثل محلات السوبر ماركت والمتاجر المتسلسلة ، وما إلى ذلك ، إلى زيادة الضغط على الشركات المصنعة للحصول على الدعم والمخصصات. تساعد الأنشطة الترويجية على تقليل الضغط التجاري. هناك حاجة لأنشطة ترويجية لتقليل الضغط التجاري.

8.دعم المبيعات:

يساعد الترويج في دعم مبيعات المنتج. تخضع سياسات ترويج المبيعات لتكملة الجهود وفن البيع غير الشخصي.تجعل مواد ترويج المبيعات الجيدة جهد البائع أكثر إنتاجية. يساعد الترويج في مبيعات المنتج. يوفر دعمًا جيدًا في بيع أنواع مختلفة من السلع. تعتبر مبيعات أنواع مختلفة من السلع في السوق ضرورية للغاية لزيادة اقتصاد السوق.

9.زيادة سرعة قبول المنتج:

يساعد الــترويــج على زيادة سرعة قبول المنتجات ، حيث يمكن استخدام معظم أجهزة

ترويج المبيعات مثل المسابقات والقسائم المميزة وما إلى ذلك بشكل أسرع من طرق الــتروي_ج الأخرى مثل الإعلان. حدثت الزيادة في السرعة السريعة لقبول المنتج بمساعدة الأنشطة التـرويجية. أثناء تنفيذ الأنشطة التروي_جية ، سيكون هناك تأثير مباشر في زيادة سرعة المنتج.تعد زيادة سرعة قبول المنتج أمرًا مهمًا للغاية في السوق التنافسي. لذلك ، من الضروري زيادة سرعة المنتج.



مكونات الترويج

هناك خمسة مكونات للترويج: الإعلان والبيع الشخصي وترويج المبيعات والعلاقات العامة والدعاية.

الإعلان:

الإعلان هو المكونات الرئيسية للترويج للمنتجات ، وهو وسيلة اتصال جماهيري غير شخصية دفع الراعي ثمنها والتي يتم فيها تحديد الراعي بوضوح.توجد أكثر أشكال الإعلانات شيوعًا في وسائل الإعلام الإذاعية (التلفزيونية والإذاعية) والمطبوعة (الصحف والمجلات).ومع ذلك ، هناك العديد من البدائل ، من البريد المباشر إلى اللوحات الإعلانية ومن دليل الهاتف إلى الصفحة الصفراء.

اما أكثر طرق الاعلان فعالية فهي :

- **الاعلان في مواقع التواصل الاجتماعي : مثل ، الاعلان على الفيسبوك وانستارام وتويتر وغيرهم.**
- **الاعلان على جوجل : إعلانات الدفع بالنقرة وإعلانات يوتيوب وإعلانات محرك البحث.**

• تشجيع المؤثرين على الإعلان الترويج لمبيعاتك عبر حساباتهم وفي الأحداث.

البيع الشخصي:

البيع الشخصي هو العرض المباشر لمنتج إلى عميل محتمل من قبل ممثل المؤسسة لبيعه. يتم البيع الشخصي وجهاً لوجه أو عبر الهاتف ، وقد يتم توجيهه إلى وسيط أو مستهلك نهائي. إنها تلعب دورًا حيويًا في الترويج للمنتجات.

ترويج المبيعات:

ترويج المبيعات هو نشاط تحفيزي للطلب مصمم لتكملة الإعلانات وتسهيل البيع الشخصي. يتم دفع ثمنها من قبل الراعي وغالبًا ما تتضمن حافزًا مؤقتًا لتشجيع الشراء.يتم توجيه العديد من عروض المبيعات الـترويـجية إلى المستهلكين. وهي مصممة لتشجيع فريق مبيعات الشركة أو الأعضاء الآخرين في قناة التوزيع على بيع منتجاتها بشكل أكثر قوة.يشمل ترويج المبيعات أنشطة مثل المسابقات والمعارض التجارية وشاشات العرض في المتجر والخصومات والعينات والأقساط والخصومات والقسائم.

شهره اعلاميه:

الدعاية هي شكل خاص من العلاقات العامة التي تنطوي على قصص إخبارية عن منظمة أو منتجاتها. إنها تنطوي على رسالة شخصية أو غير شخصية تصل إلى الجماهير من خلال وسائل الإعلام.لكن هناك عدة أشياء يمكن تمييزها عن الدعاية والإعلان: لا يتم الدفع مقابلها ، فالمنظمة موضوع الدعاية ليس لها سيطرة عليها ، وهي تظهر كأخبار وبالتالي تتمتع بمصداقية أكبر من الإعلان.

العلاقات العامة:

تشمل العلاقات العامة مجموعة واسعة من جهود الاتصال للمساهمة في المواقف والآراء المواتية بشكل عام تجاه المنظمة ومنتجاتها. على عكس معظم عمليات البيع الإعلانية والشخصية ، فإنه لا يتضمن رسالة مبيعات محددة. قد تكون أهداف العلاقات العامة عملاء أو مساهمين أو وكالة حكومية أو مجموعة مصالح خاصة.يمكن أن تتخذ العلاقات العامة أشكالًا عديدة ، بما في ذلك الرسائل الإخبارية والتقارير السنوية وحشد التأييد ورعاية الحدث الخيري أو المدني.

طرق ترويج المبيعات

العروض الترويجية للمستهلكين هي خطط تحفيز المستهلكين لحثهم على شراء المزيد.تهدف الأقساط ، مثالاً ، إلى دفع المستهلك لاتخاذ قرارات شراء فورية.إليك بعض طرق الــترويج.



1.العينات

توزيع العينة المجانية هي إحدى طرق التــرويــج. يقدم العديد من المسوقين عينات مجانية من منتجاتهم للأشخاص المختارين من أجل الترويج لمنتجاتهم.يمكن تسليم العينة من الباب إلى الباب ، وعرضها في متاجر البيع بالتجزئة أو المعارض.العينة مفيدة في إدخال منتجات جديدة مثل الصابون ، الأدوية ، مستحضرات التجميل ، العطور ، الشاي ، إلخ. بما أن توزيع العينة مكلف للغاية ، إلا أنه من أفضل الطرق للترويج للمستهلك.

2.خصم أو خصم السعر

نظام الخصم هو أيضًا طريقة أخرى لترويج المبيعات للمستهلك. ينجذب المستهلكون أساسًا إلى الخصم ، ومن أجل زيادة المبيعات ، يقدم العديد من المنتجين عرض السعر إلى المستهلكين.بموجب هذا ، يتم تقديم المنتج بسعر أقل من السعر العادي. على سبيل المثال ، في غير موسمها ، قد يتم تقديم مراوح السقف والثلاجات بخصم 30٪ إلى 40٪ على السعر.

3.القسائم

القسيمة هي أيضًا طريقة أخرى للترويج وجذب المستهلك. القسيمة هي شهادة تمنح حاملها حق توفير محدد عند شراء منتج محدد.قد يتم إصدارها من قبل الشركات المصنعة إما مباشرة عن طريق البريد أو من خلال التجار. يمكن لحاملي الكوبونات الذهاب إلى تجار التجزئة والحصول على المنتج أو الخدمة بسعر أرخص.لكن العديد من تجار التجزئة لا يستخدمون هذه الطريقة لأنها تنطوي على مشاكل مالية ومحاسبية لهم.

4.صفقات الكمية

الصفقات الكمية هي أيضًا طريقة ترويج فعالة وتأتي أكلها بشرعة.مندوبي المبيعات مقلا قد يعطون كمية إضافية من المنتج للمشتري بنفس السعر. تأتي هذه الصفقات في شكل عرض

“اشتر ثلاثة واحصل على الرابعةمجانًا” على صابون التجميل مثل Dettol و Lux .

5.أنشطة العلاقات العامة

العلاقات العامة هي أيضًا طريقة الترويج للمستهلك. تسعى أنشطة العلاقات العامة إلى خلق صورة جيدة للمؤسسة في عيون العملاء والمجتمع.تهدف هذه الأنشطة إلى خلق الطلب الفوري ، كما أن المساحة التي تتبرع بها بيوت الأعمال في وسائل الإعلام المنشورة لنشر بعض الأفكار النبيلة هي أيضًا نشاط في العلاقات العامة.

6.مسابقات الاختبار

إنها أيضًا طريقة أخرى للترويج. يستخدم هذا النوع من الأنشطة لمعرفة المستهلك وجاذبيته.قد تكون هناك مسابقة للعملاء ومسابقة البائعين ومسابقة التجار.تهدف مسابقات الباعة والتجار إلى حثهم على تكريس جهود أكبر للحصول على أفكار مبيعات جديدة في مهمة ترويج المبيعات. تقام مسابقة للمستهلكين حول موضوع كتابة شعار على المنتج.

7.المعارض التجارية

توفر المعارض وسيلة مهمة لترويج المبيعات لرجال الأعمال. يمكن لرجال الأعمال عرض منتجاتهم موضحًا ميزاتها الخاصة وفائدتها.يمكنهم أيضًا توزيع الأدب المجاني لتقديم شركتهم ومنتجاتهم للجمهور. لقد أصبح جهاز ترويج المبيعات هذا شائعًا جدًا في نيبال والدول النامية الأخرى أيضًا.

8.عرض المنتجات

يعد عرض البضائع أيضًا طريقة جيدة للترويج للمستهلكين. يمكن عرض البضائع في نوافذ ذات تصميم فني على واجهات المتاجر أو في مراكز مزدحمة مهمة مثل محطات السكك الحديدية ومحطات الحافلات.يتم تنظيم صالات العرض الكبيرة من قبل كبار المصنعين وتجار الجملة في الأسواق الرئيسية للإعلان عن منتجاتهم والرد على استفسارات العملاء المحتملين.

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق venets 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 venets الرسمي على الإنترنت.

:□□□□□□□ □□ □□□□ □□□□□□□ □□□□□ □□□ □□□□□□□

إنشاء وإدارة حملات التسويق الالكتروني

بناء استراتيجيات التسويق الرقمي

التسويق الإلكتروني - الدليل الشامل

الدليل المبسط عن مفهوم التسويق بالمحتوى - Content Marketing

مجموعة خطوات تسويقية ضرورية لأصحاب المشاريع

© 2026 venets. All Rights Reserved.