

أهم 9 أشياء مختلفة فيما بين التسويق والمبيعات

المقدمة:

تطور مفهوم الشركات مع التقدم بالتكنولوجيا مما أدى إلى تغيير أهدافها.

إن مستويات وأقسام أي من الشركات تقسم إلى القسم المحاسبة والإنتاج والقسم المالي وقسم المبيعات والمشتريات وغيرها.

سنجد في هذا المقال بأن هناك علاقة فيما بين قسم المبيعات وقسم التسويق لأن هذه الأقسام تعتبر من الأهم على مستوى الشركة والوظائف والأفراد وذلك لأنها تمتلك تأثير مباشر على إيرادات الشركة وأن المبيعات هي ليست ترويج, وأن بعض الشركات انتقلت من التسويق التقليدي إلى التسويق الالكتروني.

لذلك نجد أن مبيعات الشركة تعتمد بشكل كبير على الكيفية التى يتم من خلالها تسويق المنتجات والخدمات للعملاء.

جدول المحتويات:

1. مفهوم كل من المبيعات والتسويق.
2. ما هي الأنشطة التي تعزز كل من المبيعات والتسويق وعلى ماذا تركز؟
3. ما هي العوامل المختلفة فيما بين التسويق والمبيعات.
4. أهم 7 مهارات لازمة لعملية البيع.
5. مهارات التسويق ال 9 التي تؤثر على ارتفاع معدل المبيعات.

1.مفهوم كل من المبيعات والتسويق

أصبح متشابه فيما نتيجة الترابط فيما بينهم ولكن هذا خاطىء ومن الجيد أن نفهم الاختلاف بينهما سوى من ناحية المهام والاستراتيجيات والأنشطة التي يعتمدون عليها.

نستنتج مما سبق أن المبيعات تعرف بأنها الأنشطة التي تتم لبيع السلع والخدمات وتهدف إلى إجراء معاملة بين طرفين أو أكثر حيث يتلقى المشتري سلعاً أو خدمات, وان التسويق يشير إلى جذب العملاء المحتملين لشراء السلع والخدمات وأيضاً يهدف إلى إدارة علاقات التبادل حيث تضمن عمليات تحديد وتوقع إرضاء متطلبات العميل من قبل الشركة.

2.ما هي الأنشطة التي تعزز كل من المبيعات والتسويق؟

بالنسبة للمبيعات:

ربما يكون البيع هو أهم وظيفة تؤدي إلى توليد الإيرادات. فعلى الرغم من أن الأمر قد يبدو سهلاً على الورق، إلا أنه يجب على كل شركة اتباع إستراتيجيات تمكنها من زيادة المبيعات سوى لمنتجاتها أو لخدماتها.

بدون وجود إستراتيجية فعالة، يصبح من الصعب إتمام عمليات البيع مع وجود منافسين في السوق. وهذا يؤدي في النهاية إلى خسارة المؤسسة.

لتجنب حدوث هذه النتيجة، هناك بعض الطرق التي يمكن للشركة من خلالها تطوير المبيعات:

1.تحديد الأهداف:

لضمان أقصى عائد للاستثمار، من الضروري أن تحدد الشركة أهدافها. كما أنه ليس من مصلحة الشركة تحديد أهداف صعبة. بل يجب أن تحدد أهداف قابلة للتحقيق، من أجل أن تتمكن الشركة من الوصول إلى المبيعات المستهدفة دون أي عوائق.

2.تحليل المبيعات السابقة:

يساعد تحليل سجلات المبيعات السابقة على تقييم أداء الشركات بشكل فعال. حيث يعتبر هذا هو المفتاح لوضع أهداف واقعية للشركة في المستقبل، والتي من خلالها يمكنهم زيادة مبيعاتهم إلى الحد الأقصى لمدة عام.

3.البحث وفهم العملاء المستهدفين:

أن تنتج الشركة أفضل المنتجات، وأن تتوقع زيادة في مبيعاتها هذا لا يكفي. فمن الضروري أن تتأكد أن هذه المنتجات والخدمات تلائم عملائها أولاً. لهذا السبب يعتبر البحث وفهم العملاء، إحدى أهم الاستراتيجيات لزيادة مبيعات الشركة.

4.توظيف استراتيجيات التسويق:

التسويق هو الوظيفة التي يمكن للشركة من خلالها تمييز منتجاتها عن منافسيها. من خلال اعتماد استراتيجيات التسويق، يمكن للشركات تعزيز ظهور علاماتها التجارية بين المستهلكين.

هنا يكمن الاختلاف الأكثر أهمية بين المبيعات والتسويق – فالتسويق هو إحدى الاستراتيجيات التي يمكن للشركة من خلالها زيادة الوعي بمنتجاتها بين العملاء , قد يهمك الاطلاع على دراسة الجدوى.

أما بالنسبة للأنشطة التي تعزز التسويق:

بالنسبة للشركة، يعتمد توليد الإيرادات بشكل كبير على التسويق الفعال لمنتجاتها وخدماتها. حيث تستطيع الشركة تميز منتجاتها وخدماتها عن منتجات منافسيها عن طريق التسويق، يجب على العميل المستهدف أن يكون مُطلع على المميزات والفوائد التي يمكنه الحصول عليها. قبل عملية الشراء.

فيما يلي الخطوات التي تتخذها الشركات لتسويق أعمالها:

1.إجراء ابحاث السوق:

إجراء أبحاث للسوق أهم جزء في استراتيجية خطة التسويق الفعالة. فمن خلال إجراء بحث في السوق المستهدف، يمكن للشركة جمع المعلومات التي تساعدها في الحصول على نظرة ثاقبة لأنماط العملاء، وعمليات التفكير التى تسبق الشراء.

يمكن أن تساعد بحوث السوق الشركة من إجراء توقعات للمبيعات، جنبًا إلى جنب مع مراقبة اتجاهات السوق.

2.تحديد العملاء المستهدفين:

يعد فصل قاعدة العملاء بدلاً من ترويج لمنتجات والخدمات للجميع، أكثر فعالية من حيث التكلفة والفعالية. ومن الهام أيضا أن تقوم الشركة بتوصيف عملائها المستهدفين بناءً على عدة عوامل

مثل:

- الموقع.
- السلوك.
- التركيبة السكانية
- نمط الحياة وما إلى ذلك.

3.تطوير العلامة التجارية:

بغض النظر عن حجم الشركة، يجب على كل شركة أن تؤسس لنفسها علامة تجارية في السوق. تتضمن بناء العلامة التجارية اتخاذ بعض الإجراءات مثل:

- إنشاء شعار.
- اعتماد ألوان محددة.
- كتابة نص جذاب.
- باستخدام هذه الحيل البسيطة، يمكن للشركات أن تجعل منتجاتها مميزة عن المنافسين وتعلق في أذهان العملاء.

4.اختيار طرق التسويق:

مع ظهور التسويق الرقمي، أصبح التسويق أسهل بكثير وفعال من حيث العائد وانخفاض التكلفة. فأصبح بإمكان الشركات الترويج لمنتجاتها وخدماتها بسهولة من خلال:

- منصات التواصل الاجتماعي.
- إنشاء موقع على شبكة الانترنت.

5.إرضاء العميل:

لا يقتصر التسويق على بيع المنتجات فقط، بل يتضمن متابعة العميل وتقديم خدمات ما بعد البيع للاحتفاظ بهم. ولذلك نجد أن إعادة التواصل مع العملاء والوفاء بالوعود وتقديم مزايا تتجاوز توقعاتهم. تضمن ولائهم للشركة.

6.المراقبة والمراجعة:

تساعد مراقبة ومراجعة الأنشطة التسويقية على التأكد من أنها تحقق النتيجة المرجوة من خلال زيادة في المبيعات. ولهذا نجد ان اغلب الشركات تقوم بمراجعة استراتيجيات التسويق بشكل منتظم، ومراقبة الاستراتيجيات الفعالة أو الغير ناجحة، وإجراء التغييرات على وفقًا لذلك.

3.ما هي العوامل المختلفة فيما بين التسويق والمبيعات:

إليك هنا أهم 9 اختلافات فيما بين المبيعات والتسويق:

1.التعريف:

- المبيعات: تشير الى تبادل السلع والخدمات بين طرفين، حيث يتلقى المشتري سلعة أو خدمة مقابل المال.
- التسويق: يشير إلى التخطيط والترويج للأنشطة، بحيث تلبي احتياجات العميل ومتطلباته.
- 2.النهج:
- المبيعات: يتمثل الهدف الأساسي للشركة في التأكد من أن طلبات عملائها تتطابق مع المنتجات التي تقدمها حاليًا.
- التسويق: يتضمن القيام بمجموعة واسعة من الأنشطة التي تساعد في بيع السلع وخدمات الشركة.
- 3.المجال:
- المبيعات: يقتصر نطاق المبيعات على:

1. إنشاء منتج وفقًا لمتطلبات العميل

2. إقناع العملاء بشراء المنتج المذكور.

- التسويق: نطاق التسويق متنوع جداً يتضمن:

1. أبحاث السوق.
2. الترويج والإعلان.
3. إقامة علاقات مع العملاء.
4. ضمان رضا العملاء.

4.المعالجة:

- المبيعات: تتضمن نقل المنتج من : الشركة المصنعة إلى الموزع/ من الموزع إلى تاجر الجملة/ من تاجر الجملة غلى بائع التجزئة/ أخيراً من بائع التجزئة إلى العميل.
- التسويق: يتضمن تحليل السوق والبحث عن المنتجات والخدمات المنافسة/ استراتيجيات التوزيع/ التسعير وتتبع المبيعات/ تحليل حصة السوق, قد يهمك الاطلاع على سياسات التسعير.

5.التركيز:

- المبيعات: تحقيق الأهداف المتعلقة بالمبيعات/ زيادة حجم المبيعات وتوليد الايرادات.
- يركز التسويق على الترويج للسلع والخدمات/ سياسة التسعير/ تلبية احتياجات العملاء من خلال توزيعها/تقديم خدمات ما بعد البيع لضمان رضا العملاء.

6.الوقت الزمني:

- المبيعات: عملية قصيرة المدى.
- التسويق: عملية طويلة المدى.

7.الأفضلية:

- المبيعات: بيع المنتج أو الخدمة.
- التسويق: أولويات التسويق الوصول غلى قاعدة عملاء أوسع وإقامة علاقة قوية معهم.

8.الهوية:

- المبيعات: تشمل المبيعات ببساطة: تلبية احتياجات العملاء/ تحقيق إيراد للأعمال.
- التسويق: يتضمن إنشاء هوية فريدة للعلامة التجارية/ تميز العلامة التجارية عن المنافسين.

9.التكلفة:

- المبيعات: حسب المنتجات وسمعتها في السوق وأحيانا حسب عوامل العرض والطلب.
- التسويق: حسب المنتج أو الخدمة.

4.أهم 7 مهارات لازمة لعملية البيع:

المبيعات هي صناعة قاسية ويتطلب الأمر من مسلحين بأهم مهارات البيع للبقاء في صدارة المنافسة. تعتمد استراتيجيتها الأساسية على نقاط قوة مندوبي المبيعات في التعاون مع العملاء لتحقيق النتيجة المرجوة. بصفتك مدير مبيعات ، تقع على عاتقك مسؤولية التأكد من إعداد فريقك لتحقيق نجاح حقيقي. سيبدو هذا مختلفًا لكل مندوب مبيعات.

اجعل فريقك على اطلاع بأهم 10 مهارات مبيعات مهمة:

1.معرفة المنتج:

المعرفة العميقة والشاملة بالمنتج هي أساس مسابقات المبيعات الفعالة. تزود هذه المهارة

الأساسية مندوبي المبيعات بالإجابات الصحيحة عندما يسأل العميل سؤالاً حول منتج أو خدمة معينة ، بالإضافة إلى الحلول المناسبة عند تطوير العروض الترويجية. إنها مهارة مهمة يجب تطويرها قبل أن تبدأ عملية البيع.

2.لفطنة التجارية:

الفطنة التجارية ليست فقط لقادة الأعمال ولكنها أيضًا مهارة حاسمة لمندوبي المبيعات لتزويد العملاء بالحلول المثالية. تُظهر هذه المهارة المهمة أن مندوبي المبيعات لديك يفهمون كيفية عمل الأعمال ويمكنهم تشكيل استراتيجية مبيعاتهم بحيث تتوافق مع نقاط الألم لدى العميل.

3.التنقيب الاستراتيجي:

بصفتنا مندوب مبيعات – نعلم جميعًا كيفية التنقيب. ولكن ، من الأهمية بمكان تطوير نهج فعال واستراتيجي في تحديد الاحتمالات التي تناسب ملفك الشخصي المثالي للعميل ومعرفة نقاط الألم التي يجب استهدافها بالضبط حتى يشعروا كما لو أن مندوبي المبيعات لديك يفهمون مشاكلهم اليومية. في حين أنه من المهم بنفس القدر رعاية العملاء الحاليين ، فإن جلب آفاق جديدة ذات قيمة إلى العمل استراتيجيًا سيساعد في بناء خط أنابيب مبيعاتك وسيؤدي في النهاية إلى تحقيق المستوى المطلوب من الإيرادات.

4.الاستماع الفعال والنشط:

الاستماع الفعال هو الاهتمام الكامل بمشاكل العميل المحتمل ، ونقاط الألم ، والأفكار دون مقاطعة قبل الاستجابة بعناية. بهذه الطريقة ، يتم سماع مشاكل واحتياجات آفاقك وفهمها بوضوح. ونتيجة لذلك ، يمكن لمندوبي المبيعات متابعة الأسئلة ذات الصلة وتوجيه المحادثة بشكل أفضل وتحديد الحلول بفعالية وسرعة.

5.التعاطف:

يمكّن التعاطف مندوبي المبيعات لديك من ضبط الإشارات اللفظية وغير اللفظية ، بالإضافة إلى فهم عميق لمشاعر العميل وعواطفه. هذه مهارة مهمة تسمح لمندوبي المبيعات بفهم نقاط الألم والمخاوف لدى العميل تمامًا حتى لو لم يتم قول ذلك صراحة. ونتيجة لذلك ، يستطيع مندوبو المبيعات إنشاء روابط عاطفية وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

6.بناء العلاقات:

بناء العلاقات هو عندما يجد مندوب المبيعات اهتمامات متبادلة غير متعلقة بالعمل مع العميل لبناء علاقة بدلاً من التحدث على الفور عن آذانهم حول تفاصيل المنتج أو الخدمة. الهدف من بناء العلاقات هو ببساطة بناء الثقة مع عميلك. على الرغم من أن التحدث إلى العملاء حول الموضوعات غير المتعلقة بالعمل قد يبدو وكأنه مجرد تمرين لا معنى له ، إلا أن استطلاع حالة المبيعات لعام

2017 الذي أجرته LinkedIn يقول أن الثقة في مندوب المبيعات هي العامل الأول في قرار الشراء للمشتري.

7.الاتصال الفعال:

يقضي مندوبو المبيعات معظم وقتهم في التواصل ليس فقط مع العملاء ولكن أيضًا مع الفرق الداخلية. يعد الاتصال الفعال – الكتابي والشفهي – مهارات أساسية يحتاجها مندوبو المبيعات لديك لإقناع العملاء بشراء منتجك أو خدمتك. يحتاج مندوبو المبيعات لديك أيضًا إلى فهم أن لهجة وطريقة التسليم مهمان أيضًا.

5.مهارات التسويق ال 9 التي تؤثر على ارتفاع معدل المبيعات:

1. تصميم تجربة العملاء.
2. تحليلات البيانات.
3. التصميم المتجاوب.
4. التأليف والنشر.
5. وسائل التواصل الاجتماعي.
6. مهارات التسويق السياقي.
7. تحسين محركات البحث.
8. القدرة على التكيف من أفضل المهارات.
9. سرد قصة العلامة التجارية.

الخاتمة:

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.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا:

حملات التسويق

التسويق بالمحتوى

ما هو التسويق الالكتروني

تحسين الظهور على محركات البحث

© 2026 venets. All Rights Reserved.