

الإعلان هو واحد من أكثر الأشكال الأدبية الحديثة تشويقاً وصعوبة

الدوس هاكسلي

كل رسالة ترسلها شركة أو مؤسسة تجارية أو منظمة هي رسالة مبيعات. وحتى الرسائل غير التجارية مثل رسائل التعاطف القصيرة، أو التهنئة، أو الشكر، أو الاعتذار فإنها تحمل في طياتها مضموناً يطلب من المرسل إليه أن يحمل للشركة إحساساً طيباً. فالمجاملة، والوضوح، والدقة، والإقناع صفات تجدها في الرسائل التي ترسلها الشركات الناجحة.

وبالرغم من أن البريد الذي يرسل كومبيوترياً قد خفض بشكل ملحوظ تكاليف تسويق البريد المباشرة إلا أن خمسة فقط من كل مئة مادة تودع البريد تفتح من قبل المرسل لتغري الشخص بفتحه؛ أو أن تجعل هذه الرسائل الخمسة مغرية لدرجة تعطيك أكثر من وسطي ثلاثة ردود من الخمسة.

رسائل المبيعات لا تلائم جميع المنتجات والخدمات، لكنها تستطيع أن تدفع القارئ إلى الاتصال بالمخزن أو زيارته حيث يكون البيع الحقيقي. ولما كانت فاعلة واقتصادية (مقارنة بالدعايات المطبوعة أو المسجلة بالصوت والصورة، مثلاً)، فإنها جزء لا يتجزأ من استراتيجيات التسويق لدى معظم الشركات. وهي بالنسبة لكثير من الأعمال التجارية الصغيرة الوسيلة الإعلانية الوحيدة المتاحة.

أصبحت رسائل المبيعات مكلفة لدرجة أن كثيراً من الشركات لم تعد تصدر رسائل خاصة بها. وكلمة السر هنا هي «التكامل» أي استخدام وكالات خدمات كاملة تتولى جميع أوجه الإعلان، ومن ضمنها رسائل المبيعات. بإمكانك أن تجد هذه الشركات في الصفحات الصفراء تحت عنوان /التسويق المباشر/ أو /وكالة إعلان/، أو /مستشارو علاقات عامة/.

أنواع رسائل المبيعات:

- الإعلانات: عن تغيير / أو عن منتجات جديدة.
- طلب اجتماع/ موعد (انظر فصل المواعيد)
- التهنئة: على شراء/ أو حساب جديد/ أو دفعة
- إعلان البريد المباشر
- المتابعة: استفسارات/ رسائل مبيعات/ مبيعات
- استثمارات
- رسائل الزبائن (انظر فصل رسائل الزبائن والعملاء).
- التعريف بمنتجات أو خدمات جديدة
- دعوة: دعوة عامة/ عرض خاص/ عضوية/ حساب جديد
- استبيان/ مسح
- رد على استفسار
- ترقية خاصة/ عروض خاصة/ هدايا/ خدمات مجانية
- شكر: بيع/ حساب جديد/ حساب مجدد
- عروض تجريبية: منتجات/ برامج/ خدمات/ اشتراكات.

ما يقال

- استحوذ على اهتمام القارئ بجملتك الأولى، أو بسؤال أو نادرة، أو إحصاء.
- ازرع الاهتمام بما تبيع برسالة مبيعات مركزة قوية.

* انعش رغبة القارئ بمنتجك باستخدام كلمات محددة، وحيوية إلى جانب أفعال قوية. الكلمة الوحيدة التي لا تشيخ أبداً هي كلمة «جديد».

* عليك بالإشارة إلى أوجه اختلاف الخدمة أو المنتج الذي تقدمه عن مثيلاته، وركز على النوعية والجودة.

* أقنع القارئ بأن الاستجابة لعرضك خطوة ذكية، وقدم «برهاناً» على ذلك (نماذج، شهادات، إحصائيات).

* أوضح كيف يمكن الحصول على منتجك أو خدماتك.

* أعط المرسل إليه سبباً يدعوه إلى التصرف الفوري: كمية محدودة، نفاد وقت العرض الخاص، زيادة الأسعار في المستقبل، حسم يمنح للرد السريع.

* حدد التصرف الفوري الذي يريد القارئ أن يتخذه: «اتصل الآن لتحديد موعد»، «اطلب واحداً لكل فرد من أفراد العائلة»، «اتصل اليوم لترتيب عرض»، «ارسل الرد الآن بواسطة البطاقة المدفوعة الأجر»، «اطلب نسختك المجانية من دليل التخطيط».

* اختتم رسالة المبيعات بحث القارئ على تصرف فوري وحدد ما عليه أن يفعل (طلب، اتصال، إرسال بطاقة، القدوم إلى المخزن). واعط القارئ سبباً يجعله يتحرك الآن: كمية محدودة، نفاد وقت العرض الخاص، ارتفاع الأسعار فيما بعد، حسم للرد المبكر. واجعل الرد ملائماً له: طلب شراء يملأ الفراغات فيه مع ظرف للرد مدفوع القيمة، بطاقات بريدية مسبقة الدفع تطلب اتصالاً من مندوب المبيعات أو تطلب معلومات إضافية، رقم هاتفى للاتصال المجاني من أجل موزعين محليين أو لاستلام طلبات الشراء، أو تسهيلات تمكنه من الطلب الآن والدفع فيما بعد، أو إدراج ساعات دوام المخزن ومواقعه (يحصل بريد الرد

التجاري، حيث البائع يدفع أجور البريد، نسبة رد أعلى بحوالي 10 إلى 20 بالمئة من رد المجاملة، حيث الشاري يدفع أجور البريد).

أخيراً، ردد صدى بداية رسالتك بطريقة ما. إذا بدأت رسالتك باقتباس قول مأثور، اختتمها بما يشبه، «ولهذا فإن فلاناً من الناس لا يدفع باتجاه أي شيء إلا...».

أضف حاشية تكرر نقطتك الأساسية، وتركز على جانب مهم، أو تعرض نقطة مبيعات قوية وجديدة مثل ضمان إعادة المبلغ، أو وقت محدد للعرض الخاص، أو مكافأة إضافية للشراء الآن: «حاشية: لإعطائك هذه الأسعار الخاصة يجب أن نتلقى طلبك قبل 30 يونيو»، «حاشية: لا تنسى أن الرسم الذي تدفعه يتضمن هدية!»؛ «حاشية: إذا لم تلق البضاعة استحساناً كاملاً بإمكانك إعادة الرويل بيجر وسنعيد إليك بكل سرور المبلغ الذي دفعته». كتب لين يوتان Lin Yutan: «الرسالة هي نوع من المناجاة أما الرسالة المزودة بحاشية فهي محادثة».

ما لا يقال

لا تدرج نقاطاً كثيرة في رسالة واحدة. ركز على أقوى نقطة أو نقطتين في المبيعات، وأضف واحدة في الحاشية إذا شئت، واترك النقاط الأخرى لرسائل المتابعة.

لا تكثر من استخدام إشارات التعجب أو المبالغات بشكل عام مثل مدهش، ثوري، لا يصدق، خارق، ملفت. وإنما عليك الاكتفاء بالحديث عن سمات ومزايا وتفاصيل حقيقية.

لا تطرح أسئلة لا تمت إلى البيع «هل تستطيع أن تتحمل نتيجة إلقاء هذه الرسالة جانباً؟»، «هل يستطيع أي شخص اليوم الاستمرار دون واحد؟». وليس من القوة في شيء أن تدخل

قارئك في حوار لن يجيب فيه عن أسئلتك إجابة «صحيحة». فالأسئلة تشتت القارئ عن المسار المحدد للتفكير الذي يؤدي إلى الشراء. وتوقظ في ذهنه بشكل كامل فكرة الرفض.

- لا تقل «نحن لا نقدم تنزيلات أبداً! لأن أسعارنا اليومية منخفضة لدرجة أننا لا نحتاج إلى تنزيلات». فالطبيعة البشرية تحب التنزيلات. وحتى الزبائن الذين يستخدمون بانتظام منتجاتك وخدماتك ويعتقدون أن أسعارها معقولة يشدون السعر المخفض. وعندما تقدم تنزيلات بين وقت وآخر، أو مبيعات، أو عروض أسعار خاصة، أو تصفيات فإنك تخلق لدى الزبائن القدامى والجدد إحساساً بالمتعة والتشويق واستعداداً للشراء.

- إياك والرطانة بتعابير خاصة إلا إذا كنت متأكداً من أنها مألوفة لدى جمهورك.

- لا تهدد «ستندم إذا لم تطلب الآن». فالتهديد منفر ويغري الناس بدعوتك إلى تنفيذ وعيدك. لكن إخبار الزبائن بأن أسماءهم ستمسح من قائمة البريد إذا لم يتقدموا بطلبات بسرعة قد يكون مجدياً لأن الناس يخشون أن يفوتهم شيء ما.

- لا تستخدم لهجة الوعظ، أو التأنيب، والتصحيح أو التعالي على الزبائن «ربما كنتم لا تعرفون ذلك، ولكن...». اطلب من أشخاص آخرين أن يقرأوا رسالتك لتتأكد من أن لهجة الوصاية لم تصلك.

- لا تخاطب أحداً باسمه الأول كما لو أنه كان صديقاً. تلقى لويس روكيسر Louis Rukeyser كاتب الزاوية التجارية رداً ملفتاً من أحد القراء على زاوية عن رسائل المبيعات التقليدية. وقال: «المادة التي تصنع الحميمية تثير الحفيظة بشكل مؤكد».

- لا تطلق افتراضات كأن تقول إن القارئ يعرف عم تتكلم، وأنه

يعرف مصطلحاً صناعياً، ويستطيع أن يتصور منتجك، وأنه يتفق معك على ما تفترضه. كتب ديل كارنيجي Dale Carnegie : «أتعامل مع الشيء الواضح. أ طرح وأكرر وأمجد الشيء الواضح - لأن الشيء الواضح هو ما يحتاج الناس إلى سماعه».

ملاحظات حول الكتابة:

- سواء كنت تروج لمنتج، أو خدمة، أو فكرة، أو حيز، أو رصيد، أو اسم تجاري، فإن رسالة المبيعات تطلب قبل كتابتها عملاً أكثر مما تتطلب كتابتها فعلاً. فأنت بحاجة لأن تعرف كل شيء عن منتجك أو خدمتك. وأنت بحاجة لأن تعرف قارئك، ولأن تجمع أكبر قدر ممكن من المعطيات. وقد قال هارفي ماكاي Harvey Mackay إن «معرفة شيء ما عن زبونك يضاهي أهمية معرفة كل شيء عن منتجك. لذلك يجدر بك أن تحدد بدقة نقطة مبيعات مركزية قوية وتطورها. فكر في العوامل الأخرى (كالتوقيت، والتصميم، والطول، وتطوير نموذج أو عينة). ولا يمكن كتابة رسالة ناجحة إلا بعد التحضير لها بشكل كاف.
- يتفق الجميع على أن أفضل طريقة لبدء رسالة مبيعات هي: الضجة الداوية. لكنهم لا يتفقون على نوع «الضجة». قد تكون حقيقة أو إحصائية مفاجئة؛ أو نادرة مؤثرة؛ أو قصة شخصية؛ أو مدخرات مهمة؛ أو عرض هدية أو قسيمة أو كتيب أو قول مأثور أو سؤال يحرض الفكر؛ أو نكتة أو أحجية؛ أو مصادقة شخص مشهور أو قول ينسب إليه أو ارتباط معه؛ فقرة تتألف من - ماذا - متى - أين - لماذا؛ أو أقوى عوامل المبيعات لديك؛ أو إشارة إلى شيء مشترك أو عقد أو صفقة سابقة؛ أو أن تقول للقراء بطريقة مقنعة إن لهم منزلة خاصة، أو أن تعرض أو تطلب خدمة؛ أو ربما تذكر شيئاً سلبياً أو غير متوقع.

• يصعب التمييز بين فكرة بارعة تهدف إلى تحقيق غاية، أو إيقاع الآخرين أو لفت اهتمامهم وبين الطرح الذي يتسم ببراعة تفوق ما يحتاجه تحقيق المصلحة الشخصية. عندما تجازف بمشروع جديد، اطلب من الآخرين تقييم رسالتك. فإذا كانت حاذقة فإنها تأتي بنتائج رائعة. أما إذا جنحت لجانب الحياء أو تبلد الشعور، فإن النتائج قد تكون بالغة الخطورة.

• اذكر كلفة منتجك أو خدمتك. فالزبائن يهملون الرسائل التي لا تحدد سعراً للسلعة أو الخدمة. يفترضون أنها باهظة الثمن. فالكلفة تحسم معظم عمليات الشراء. وإذا اضطر الزبون إلى الاتصال ليسأل عن السعر فإن ذلك الجهد الزائد كثيراً ما لا يستحق عناء تجشمه إذا كانت أسعار المنافس مذكورة في رسالة المبيعات الخاصة به.

• بالرغم من أن كليهما ضروري إلا أن التوجه العاطفي يطغى على التوجه العقلاني. لذلك يجدر بك أن تربط رسالتك بأحد المشاعر الإنسانية الأساسية كالحب مثلاً

«طفلك سيمضي ساعات من المرح!»؛ أو الحاجة إلى الحب «ستديرين الرؤوس عندما ترتدين هذا..»؛ أو التباهي «سيكون بيتك متميزاً مع...»؛ أو الطموح «تعلم أساليب الإدارة الجيدة بين عشية وضحاها»؛ أو الأمن «إنذار الحريق مزود باختبار بطارية داخلي». أظهر أن الخدمة التي تؤديها أو المنتج الذي تروجه سيحمل إلى الزبون صحة أفضل أو شعبية أو فخراً لامتلاكه أو حقيقة، أو نجاحاً أو مزيداً من المال، أو تحسناً في المظهر، أو مزيداً من الراحة والمتعة، أو تطوراً اجتماعياً وتجارياً، أو ولاء.

• تركز رسالة المبيعات من مطلعها إلى ختامها على الزبون المأمول.

استعمل كلمات «أنت» و«ما يخصك» بكثرة، وتحدث عن المنتج من زاوية المنافع التي يعود بها على الزبائن: «كيف سيلبي حاجاتهم، ويعالج مشاكلهم، ويخدم مصالحهم؛ وكيف يحسن حياتهم، ويوفر مالهم، ويعطيهم مزيداً من الثقة. الزبون لديه سؤال وحيد: «ما الذي سيفعله لي هذا المنتج؟...» أقنع المشتري المأمول بأنه يحتاج إلى منتجك ليس لمجرد أنه منتج عظيم، وإنما لأنه عظيم بالنسبة إليه.

- عليك باختيار «لهجة» ثابتة تمتدح منتجك أو خدمتك، وحافظ عليها خلال رسالتك. لهجة تتسم بالدفء، وحديث الجار للجار؛ أو بالجدية وسعة الاطلاع؛ أو بالمرح والحيوية؛ بالرشاقة؛ أو بالإقدام واللغة العملية؛ بالفورية والمباشرة أو بالحنكة والذوق الرفيع؛ بالطمأننة والتأكيد، أو بالغموض؛ بالتقنية والإخبارية، أو بإثارة العواطف.

- استعمل للوصف كلمات مبهجة، وأفعالاً قوية، وصوراً مشرقة. في بعض الأحيان يتخذ كتاب رسائل المبيعات لهجة حريصة على تعليم الزبون المرتقب أو طرح قضية إحصائية، وتقديم معلومات خلفية وتقارير تنسيهم أن رسالة من هذا النوع تثير ملل الزبون ولا تركز عليه.

- استخدم التكرار للتركيز على نقطة أساسية، وتوضيح مادة معقده، وإضفاء إيقاع محبب على رسالتك.

- رسالة المبيعات تستطيع محاكاة الرسائل المألوفة الأخرى كرسائل التهئة والشكر والإعلان والدعوة والترحيب والتحية في الأعياد.

- ازرع وعزز المصداقية عن طريق شواهد، وإدراج حالات، ودراسات وإحصائيات وتحدث عن سمعة الشركة، ونتائج اختبار استخدام المنتج، ومقارنته بمنتجات مماثلة، وقدم نماذج مجانية أو

فترات تجربة، وضمانات وكفالات، وإقرار بالشهرة، وصور فوتوغرافية للاستخدام الفعلي، وآراء الذين استخدموا المنتج. وعندما يتاح لك أن تضمن رضا الشاري، افعل ذلك.

- ما هو الطول الأفضل لرسالة المبيعات؟ المهم هو أن تقوم كل كلمة بعملها، فكل كلمة تتبع وقصر الرسالة لا يغطي على مواطن ضعفها. كما أن بعض الرسائل الطويلة المكتوبة بشكل جيد لقيت نسبة استجابة عالية. ركز على ما لا بد من قوله - سواء استغرق ذلك صفحة واحدة أو اثنتين أو أربع أو عشر. ما يجب أن يبقى قصيراً دائماً هو فقراتك.

- لزيادة الرغبة في الرد، عليك بعرض تنزيلات أو أسعار مخفضة، أو عروض خاصة، أو دفعات مؤجلة بلا فوائد، أو هدايا، أو شهادات داخل المخزن، أو قسائم، أو كتيبات، أو عينات مجانية، أو فترة تجربة.

- الوسائل التي تشد الاهتمام تبقى رسالتك في الذاكرة كأن تكتب ملاحظة على المغلف تدفع الشخص إلى فتحه (تظهر الدراسات أن المبرد يعطى خمسة عشر ثانية لجعل الزبون يفتح المغلف وإلا فإنه يفقده)؛ أو أن تكتب ملاحظة بخط اليد (كالحاشية مثلاً)؛ أو ترسم خطأً تحت كلمات معينة كناية عن أنك شخصياً تركز على النقاط المهمة؛ أو أن تظلل بعض العبارات بالأصفر؛ أو أن تستخدم ورقاً وأحباراً ملونة؛ ورسوماً واستبيانات أو استمارات بحث؛ أو معلومات تكتب داخل مستطيل؛ أو أن تكتب بخط مائل وحروف كبيرة، وتستعمل علامات الاقتباس؛ وحروف طباعة غير مألوفة؛ ولا تنس الفراغات البيضاء، والفقرات القصيرة، والقوائم. الرسائل التي تشد الاهتمام ليست دائماً ملائمة؛ فعندما تريد الترويج للبطاقات المصرفية، والتأمين على الحياة، وخدمات

الرعاية الصحية، أو سواها من الخدمات والمنتجات الرزينة فإنك تحتاج إلى رسالة ذات شكل تقليدي.

- إذا أردت مزيداً من النصائح المفصلة حول رسائل المبيعات عليك بالكتاب الممتاز: Sales Letters That Sizzle: All the Hooks, Lines, and Sinkers You'll Ever Need to Close sales, 2nd ed., by Herschell Gordon Lewis (Chicago: NTC Business Books.1999).

حالات خاصة:

- عند الرد على استفسارات الزبائن، تصبح رسالة التغطية رسالة مبيعات من النوع الأكثر فاعلية لأنها تمنحك فرصة أكيدة لتسويق منتجك أو خدمتك. وبالرغم من أن المحتويات يجب أن تروج نفسها بنفسها (أو المنتج الذي تصفه)؛ فإن رسالة التغطية تحمل مضموناً ترويجياً قوياً وحوافز إضافية.
- الرسائل المتتالية غالباً ما تأتي أكلها. عندما يكون جزء من السوق حساساً لمنتجك (بسبب عمليات شراء سابقة، مثلاً)، عليك بالاتصال بهم مرات عديدة - مع تركيز مختلف في كل مرة: سعر مخفض جديد، ميزة إضافية لمنتجك أو خدمتك، قرب نفاذ الوقت للعرض الخاص، قطعتان بسعر قطعة واحدة، حسم. أو بإمكانك أن تستهدف الزبائن الذين يشترون منتجاتك برسالة مبيعات تروج لمنتج أو خدمة أخرى لم يعودوا «يرونها» بسبب الاعتياد. فالزبائن الذين يترددون على صالون الحلاقة مثلاً ربما ينسون أن بإمكانهم شراء كامل من منتجات العناية بالشعر، أو استخدام غرف اسمرار البشرة، أو خدمة تقليم الأظافر.
- عندما يكون لديك منتجاً أو خدمة باستعمالات متعددة (أو عدد من المنتجات المختلفة)، يمكنك أن تصل إلى شرائح مختلفة من الناس عن طريق رسائل تعد بشكل يلائم حاجات كل منهم.

فالشخص الذي يصنع البيوت الخضراء قد يكتب رسائل مبيعات مختلفة إلى المزارعين، وأصحاب البيوت الذين يعيشون في الضواحي، والتجار، وسكان الشقق، وحتى طلاب الجامعة (البيت الزجاجي المصغر على سطح المكتب).

• رسائل المبيعات الموجهة إلى الزبائن السابقين تركز على تقديرك للتعامل التجاري القديم، وعلى رغبتك في خدمتهم من جديد. كما تذكر بالمنتجات والخدمات التي قدمتها منذ آخر اتصال أجرته معهم، وتعرب عن ثقتك بقدرتك على تلبية حاجاتهم. وبإمكانك أن تسأل إذا كان هناك أي سبب حال دون استمرار تعاملهم التجاري معك. فذلك قد يزودك بمعلومات مفيدة. أو ربما يذكر الزبون بأن ليس هناك أي سبب محدد.

شكل الرسالة:

- معظم رسائل المبيعات تجهز على الكمبيوتر - إما وفقاً لمقاييس تقنية مقررّة، أو رسائل تغير فيها الأسماء والعناوين والتحية لتأخذ شكلاً شخصياً يخرجها من شكل مدمج للبريد الجماعي. وهذا الأخير يعطي الرسائل المصممة وفقاً لمقاييس تقنية مقررّة شكلاً شخصياً أكثر (إلا إذا كنت تدخل اسم الشخص كل حين في الرسالة، مما يعطي انطباعاً معاكساً تماماً).
- في التعامل مع نخبة مختارة ومتميزة، عليك باستخدام قرطاسية من نوعية عالية، وإيداع رسائلك في بريد الدرجة الأولى، ولا تنس أن تذيّل الرسالة بتوقيع حقيقي، وتطبع العنوان بشكل فردي.
- أصبحت رسائل المبيعات بالبريد الإلكتروني ظاهرة منتشرة. بالرغم من أن استمرار نجاحها غير معروف حتى الآن، لكنها قد تكون ملائمة لمنتجاتك أو خدماتك. إذا كان هذا المجال جديداً بالنسبة إليك، عليك بطلب مساعدة أحد مخدمي البريد الإلكتروني. فالبيع

بواسطة الإنترنت يعود بالكثير من المال حتماً، وإذا لم تكن الأرباح كبيرة حتى الآن، إلا أن هذه المبيعات تشبه الكاتالوغ أو الدعاية التلفزيونية ولا تشبه الرسالة، وتتطلب خبرة خاصة بها.

كلمات

كامل	يخبر	مزايا	جذاب
خيار	مدمج	مطلق	يعرف
صادق	كلاسيكي	واثق	أساسي
متكيف	محمول	جديد تماماً	ماهر
معاصر	يطلع	متطور	جديد
خرق	مريح	ملائم	يخطف الأبصار
بنصف السعر	فاخر	يحسم	ممتع
في المتناول	يعود بالريح	يعيد المبلغ	يظهر بوضوح
قريب	طبيعي	نتائج	جدير بالثقة
هين	التوق إلى الماضي	ثوري	تفاصيل
مفيد	عرض	يكافئ	اكتشاف
نافع	فرصة	أمين	متين
نوعية عالية	تشخيصي	رضا	موفر
فوري	عربون	آمن	فعال
يدلل	ضمان	حل	استثنائي
ينغمس في	رهن	ملفت	مثير
مطلق العنان	قوي	هو الفن بعينه	شامل
معقول الثمن	عملي	مدهش	خبير
مثقف	دقة	أساسي	أخاذ
مخلص	جائزة	ناجح	واسع
مبدع	منتج	خارق	حقائق
عاجل	حرفي	مقتصد	أوجه
مباشر	مربح	رائع	ميل

لا يكسد	تجريبي	مثبت	لا يثمن
من غير قيد ولا شرط	نوعية	استثمار	نزعة
جديد	تصرف سريع	دائم	مرن
عصري	معقول	بكلفة قليلة	أصلي
مفيد	فوري	منخفض	مضمون
بالجملة	مكفول	متعدد الجوانب	سهل الاستعمال
ضد الماء	متقلب	قيم	نافع

عبارات

يضيف بعداً جديداً ..

تصميم متطور

الكل بسعر واحد منخفض

جميع المزايا في قطعة واحدة لراحتكم

كميزة إضافية

بخصم/ جزء صغير من الكلفة/ مدخرات كبيرة/ دون أن تترتب أي نفقات عليك ..

يوفر عليك القلق/ الإحراج/ الازعاج/ المخاطرة

أكثر كفاءة

سيكون الأول في ..

عملي وجميل/ وتزيني

أسعار تلائم الميزانية

تطور العمل

اشتر بكل ثقة

يغطي نفقاته بنفسه

مغامرة مضمونة النتائج

تختار من بين 20 نموذجاً/ بطاقة/ موديلاً/ تشكيلة

قرب وجرب

تصميم مدمج

نسخة مجانية

تصميم عصري

دعم الزبون

حد فاصل

أسعار مخفضة للزبون مباشرة

نلفت اهتمامكم إلى

اكتشف بنفسك

الفرق هائل

أسهل وأمتع

أسهل استعمالاً من أي وقت مضى

صيانة سهلة

تعليمات يسهل اتباعها

تصميم أنيق

مصمم ليكون موضع ثقتكم

تفاصيل مشوقة

عرض سخي

شكل أنيق

اشعروا بمتعة..

عبر عن شخصيتك

سريع وأمين وسهل الاستعمال

متقن الصنع
 سعر يلائم الجميع
 مكفول تماماً
 يحصل على تفاصيل كاملة
 سلامة أكثر
 فكرة هدية عظيمة
 إذا لم ينل رضاكم تماماً .
 إذا قبلتم هذه الدعوة/ الرد فوري/ أرسلوا دفعة الآن
 مجموعة ملفتة
 مظهر محسن
 متعة كبيرة
 سعر منخفض بشكل لا يصدق
 دلل نفسك
 اترك أثراً لدى الآخرين
 في هذه الأوقات التي تمر بسرعة
 طريقة ذكية في . .
 ندعوكم إلى
 انضموا إلى الملايين الذين . .
 لمجرد التذكير بأن . .
 ببضعة قروش فقط . .
 الطريق إلى صفاء ذهنك
 جمال دائم
 تتيح لك مزيداً من الاستمتاع بما تحب

نتطلع لأن نرسل إليك
أسعار مخفضة جداً
زبائن مخلصون مثلكم
يسهل الأمر عليكم
تجعل يومك متميزاً
كثير من المزايا . .
تستحق ما تدفع فيها
سمات أكثر تطوراً
مزيد من المال/ الراحة/ المتعة
خدمة تزيد عن خمسين عاماً
أقوى وأفضل دراسة متوفرة
مهما تكن المجموعة التي تختار
لا فوضى بعد اليوم/ لا قلق، لا أخطاء طباعية
الآن ولأول مرة
على أهمية خاصة بالنسبة إليكم
عملية سهلة واحدة
واحد من الأكبر والأكثر احتراماً
أحد الأسباب التي تدعو إلى تسجيل الطلب
مقاييس واحد يناسب الجميع
تقدموا بطلبكما ليوم
أكبر رقم في مبيعاتنا
مواصفات متميزة
أكثر من 50,000 زبون يشعرون بالرضا

هدية مثالية لكم ولأحبائكم
 يسعدنا أن نقدم إليكم
 زبون مفضل
 سبق أن بيع بمبلغ . .
 سعر سوف تقدرونه
 فخز الصناعة
 المزاياء تتضمن . .
 نوعية عالية
 خدمة سريعة ولائقة
 جدير بثقتكم
 تقدم أفضل عناية منزلية بالشعر وبأرخص التكاليف
 مواصفات خاصة تضمن رفاهيتكم .
 أسعار مناسبة
 سعر مخفض
 طرح ثوري
 دلل نفسك . .
 لن تخسر شيئاً
 وفر الوقت والمال
 الأمان في أعوامك القادمة
 انظر بنفسك
 خطوات بسيطة
 مدهش وخارق . .
 مزاياء خاصة

خطوة في الاتجاه الصحيح
آية في الإتقان والجمال
أوقفوا هذه الخسارة مع . .
الكمية محدودة
فاجئ أحبائك بـ . .
اغتنم هذه الفرصة
اتخاذ خطوة كبيرة باتجاه . .
توقف لحظة الآن
الوقت يمر سريعاً
أناقة أبدية
نضمن إعادة المبلغ بلا قيد ولا شرط
دون أي التزام
بموجب خطتنا البسيطة
توفير وأداء لا يضاهى
طبعة محدودة فريدة
فرصة نادرة
نحنك على . .
تستخدمه في أي زمان وأي مكان . .
نقدم إليكم هذا العرض السخي لأننا . .
الطريق الأفضل إلى . .
ممتع للعائلة كلها
دون أي التزام من قبلكم
مع تحياتنا

لن يكلفكم أي شيء أن ..
 لن تجدوا نوعية أفضل في أي مكان
 عالم من المتعة بانتظاركم
 يمكنكم أن تفتخروا بـ ..
 لن تذهب نقودكم هباء
 سيدهشكم أن تكتشفوا
 قد يكلف ذلك مبلغاً يصل إلى ..
 استعادة نقودكم
 ستقدرون النوعية الممتازة من ..

جمل

بهذا السعر المنخفض، يجب أن يكون في كل بيت واحدة.
 لتكن أول من يقتنيه في الحي!
 ولكن تعالوا الآن - فنحن نتوقع إقبالاً كبيراً ونتمنى أن يكون طلبكم قيد
 الإعداد.
 اتصلوا اليوم لترتيب عرض.
 ستكتشفون توفيراً يصل إلى 50٪.
 اكتشفوا أناقة حقيقية جلدية تحمل الأحرف الأولى من اسمكم كتبت بالذهب.
 لا تفوتوا هذه الفرصة!
 اشتر حاجياتك بالطريقة الأسهل.
 استفيدوا من تجربة الجهاز في البيت لمدة 15 يوماً.
 حسم خاص على جميع المواد.
 إذا لم تمل البضاعة رضاكم، أعيدوها واستعيدوا نقودكم كاملة.

لتقديم هذا العرض يجب أن يصلنا الشيك قبل 1 سبتمبر.

إنها الأولى!

هذا ليس عرضاً مديداً.

انضموا إلينا اليوم.

احضر هذه الرسالة معك عندما تأتي للتوقيع.

ما الذي يجعل نظام بلاونت فيلينغ عظيماً هكذا؟

هل أستطيع الاتفاق على موعد معكم في بحر الأسبوع المقبل لشرح/ عرض آخر خطوط إنتاجنا؟

هذه مجلة جديدة صدرت أخيراً من أجلكم.

اطلب واحدة لكل فرد من أفراد العائلة.

لا تتأخروا في اتخاذ قراركم - فإننا نتوقع زيادة في الطلب على سكين ايليسمير لشرائح اللحم.

حاشية: للمحافظة على هذه النسب، يجب أن يصلنا المبلغ قبل 15 اكتوبر.

إعادة بطاقة الرد المدفوعة الثمن لا يزعجكم في شيء.

اطلب نسختك المجانية من دليل تخطيط بيمرتون.

اطلبوا اليوم المعلومات المجانية غير الملزمة حول الأسعار والحسومات والخدمات الخاصة.

الكتيب المرفق يعطيك فكرة سريعة.

اتصل بسارة لاشي، ممثلكم الشخصي، لتحديد موعد.

إن الآرت ديكو تناسب أي مخطط للديكور.

ليس هناك أية مخاطرة من جانبكم

لن يترتب على ذلك أية نفقات أو التزامات طبعاً.
 هذه الأسعار المخفضة سارية المفعول حتى 1 يونيو.
 هذا سبب آخر يجعل منتجاتنا تلقى هذا الإقبال الكبير.
 املاً بالاستمارة المرفقة وضعها في ظرف الرد المدفوع لاستلام أول عدد من هوليدياي بيل مجاناً.
 لا يمكننا تقديم هذا العرض الخاص بعد 22 مايو 2004.
 ندعوكم إلى ملء طلب الحجز المرفق وإعادته إلينا الآن لنثبت التواريخ التي تختارون.
 نتقدم بهذا العرض غير المسبوق لاختيار مجموعة من التنفيذيين.
 نتحمل جميع المخاطر.
 لقد افتقدناكم!
 يمكنكم الاختيار من بين 150 برنامجاً مختلفاً.
 يمكنكم الآن الحصول على هاتف بخطين بأخفض سعر يخطر في البال
 ستستمتعون بهذه المواصفات الراقية.
 ستروق لكم دروسنا المسائية وأيام العطل؛ وستحبون معداتنا الجديدة
 وأساتذتنا المحنكين!
 سترون أن خزفيات روكمينيستر ليست كبقية الخزفيات.
 ربما لم تشتروا/ أو تستثمروا/ أو تجربوا قبل الآن، لذلك فإننا نقدم إليكم
 هذا العرض.
 يجب أن ترى المجموعة الكاملة بنفسك لتعرف كم ستغني حياتك.

فقرات

إذا شعرت في أي وقت، ولأي سبب، بعدم الرضا عن منظف الهواء

هافرلي، بإمكانك أن تعيده إلينا وتستعيد ثمنه كاملاً وفوراً. ودون أية أسئلة. حاشية: تحصل على كتاب الطبخ الذي تختاره كما تحصل على رف الكتب مجاناً. وكل ما يترتب عليك عمله هو أن تملأ الاستمارة المرفقة وتعيدها إلينا.

لا ترسل مالاً الآن. سنرسل إليك فاتورة عند شحن أية مواد تطلبها، إضافة إلى ضريبة الشحن والمبيعات. ولست مضطراً إلى الدفع قبل أن تقتنع تماماً بجودة وتميز طباعتنا وإذا لم تشعر بالرضا لأي سبب بإمكانك أن تعيد ما تشتريه خلال عشرة أيام، ولن نطالبك بشيء.

هناك طريقة وحيدة مضمونة لإقناعك بأن حبات برايرلي للحمام هي آخر صيحة في عالم مطريات البشارة الفاخرة. نرسل إليكم نماذج من الغاردينيا وزنابق الوادي فهما من أكثر عطور برايرلي رواجاً.

حاشية: هذه آخر فرصة لديكم لشراء الطائرات الورقية بهذه الأسعار المخفضة. فارتفاع كلفة المواد تتطلب زيادة معتدلة في الأسعار اعتباراً من الشهر القادم.

أترغب في إعطاء طفلك المدلل أفضل ما يقرأ - كتباً خاصة به - وليس لديك متسع من الوقت لتستعرض آلاف كتب الأطفال لتختار الأفضل؟ تعال إلينا.

هل تبحث عن خدمة منزلية؟ أنت حتماً تريد الأفضل لك ولأسرتك... وهذا يستغرق وقتاً. والوقت ليس متاحاً دائماً فأنت تعمل طوال الأسبوع. وتلبي حاجات الأسرة المهمة. بإمكاننا أن نقدم لك، بأسعار معقولة، عرضاً بتنظيف البيت مرة في الأسبوع بما ينعكس بشكل إيجابي على حياتك. فكر بما ستفعله في الساعات التي كنت تمضيها في الأعمال المنزلية. وكيف ستدخل كل مساء إلى بيتك النظيف. ثم اتصل لترتيب موعد.

رسائل نموذجية

السيد المدير التنفيذي،

تفيد دراسات إدارية عديدة، بأن أهم ما يتسم به التنفيذي الفاعل هو القدرة على تنظيم الوقت.

هل تنجز أعمالك في وقتها؟ هل تستطيع أن ترتب المشاريع التي تعمل عليها حالياً حسب تسلسل أهميتها؟ هل تعرف أين تتجه خلال الأسبوع أو الشهر أو العام القادم؟ هل تستطيع أن تجد الأشياء عندما تحتاجها؟ هل توزع العلم بالطريقة الأكثر فعالية؟ إذا أجبت بـ/لا/ عن أي من هذه الأسئلة، فإنك حتماً ستستفيد من ورشة العمل التي نخصصها لإدارة الوقت بكفاءة.

خلال يومين فقط ستتعلم كيف ترتب الأولويات، وكيف تستخدم وسائل خاصة لتساعدك في تنظيم وقتك، وكيف تنمي مهارات شخصية تساعدك في معالجة الأمور غير الضرورية التي تقاطع عملك، والعاملين غير الأكفاء، والمشاريع الجماعية.

في الواقع، نحن لا نريد أن نكون إحدى هذه الأمور، لذلك سنختصر حديثنا. إننا نقترح ببساطة أن توفر الوقت بأن تخصص وقتاً لورشة إدارة الوقت التالية في منطقتكم. ويمكنك أن تفعل ذلك في أقل من دقيقة بأن تؤثر على التاريخ المناسب وتوقع بطاقة الرد المرفقة، وهي مدفوعة القيمة، أو الاتصال برقم 1707 - 800/555 من أجل التسجيل.

ورشة العمل هذه لن تكون مضيعة للوقت!

المخلص



العزيزة مارييتا ليدون،

أعرف أنك كنت عضواً في نادي الأطلس لللياقة ما بين 15 مارس 1996، و18 نوفمبر 2002، وتفيد سجلاتنا بأنك كنت تواظبين على ارتياد النادي بانتظام.

مهما تكن الأسباب التي حالت دون وجودك معنا خلال السنوات السبع الماضية، فانت ربما تريدين معرفة التغييرات التي طرأت منذ كنت هنا آخر مرة.

جديد هذا العام: حوض سباحة بحجم أولمبي بساعات مطولة، 5,30 صباحاً وحتى منتصف الليل. مع وجود منقذ طوال الوقت.

جديد هذا العام: نظام عضوية مصمم ليلائم احتياجاتكم. يمكنك الاختيار الآن بين بطاقة دخول لجميع الاستعمالات وبطاقة دخول تحدد ساعات الصباح، أو الصباح الباكر، أو ساعات بعد الخامسة، أو ساعات المساء، أو ساعات متأخرة في الليل.

جديد هذا العام: خدمات تفضيلية طلبها أعضاؤنا - ومعظمهم من الناشطين في أعمالهم، مثلكم تماماً. وهي: خدمة صرف الشيكات الشخصية؛ آلات تقدم اللبن، والحساء، والمياه المعدنية في البهو؛ هاتف لاستخدام الأعضاء لإجراء مكالمات محلية. أقفال جديدة للخزائن.

جديد العام الماضي: لدينا معدات أكبر بـ50٪ في غرفة تخفيف الوزن، وثلاث وحدات نوتيلوس.

إذا كنت معجبة بنا في السابق فإنك ستصبحين من عشاقنا الآن. أعتقد أن المشروع يستحق الزيارة، وثقتي بك بالغة لدرجة أنني أعرض عليك العضوية لمدة أسبوعين بلا مقابل.

أحضري هذه الرسالة معك عندما تأتين لزيارتنا!

المخلص



انظر أيضاً: الإعلان، التقدير، التهاني، رسائل التغطية، الاعتماد، المتابعة، الزبائن، الإجازات، الدعوات، طلبات الشراء، الطلبات، الشكر.