

حلقات دراسية على الخط

تسويق كبير للمنتجات والخدمات

بقلم مارشا إيغان

في هذا العصر من العوالة واللا مركزية، وارتفاع تكاليف السفر بشكل متزايد، فإن الصفوف والندوات المنقولة على الخط أصبحت وسائل شائعة جداً للاتصال، والتواصل، والتعليم. وهي أيضاً حل حديث الاكتشاف للناس الذين يتطلعون إلى وسيلة تسويقية مختلفة وجديدة.

أولاً، قليل من العودة إلى الوراء... بالاتصال ببساطة بخط جسري هاتفي مقرر سلفاً يستطيع المشارك أن يتصل بالناس المهتمين بموضوعه في جميع أنحاء العالم عملياً، مستبعداً بذلك الكثير من وقت السفر والتكاليف. يمكن للندوات الهاتفية أن تدور ما بين قلة قليلة من الناس إلى الكثير منهم. ومن الممكن أن تكون مجانية أو مقابل رسم محدد. بعض الحلقات الدراسية تفاعلية وبعضها غير ذلك. وصيغها يمكن أن تختلف ما بين محاضرة، إلى مقابلات بين شخصين، إلى مناقشات بين مجموعة من الأشخاص، إلى مقابلات مع المشاهير. إن هذا النوع من الاتصال غير ومكلف وفعال لنقل عرضك بطريقة تؤثر في زبائنك الحاليين والمستقبليين في كل أنحاء العالم مقابل قروش.

إذن كيف يمكن أن تستخدم الحلقات الدراسية المنقولة لتسويق عملك التجاري؟

إليك هذا المثال: أنت تملك حلقة دراسية منقولة حرة مدتها ساعة حول موضوع يهم زبائن السوق، ويشير هذا الموضوع بطريقة ما إلى عملك. وأنت تقدم للزبائن معلومات نفيسة يمكنهم الاستفادة منها وتزودهم بنشرة مجانية ينقلونها إلى كومبيوترهم الخاص من موقعك. بعد أن تمضي ساعة غنية بالمحتوى، فإنك بالتأكيد ستطور علاقة مع كل

شخص على الخط. وبارتياحهم لك فإن هذا يبني الثقة الضرورية لتنمية زبائن أوفياء. ولما كنت تمدهم بمعلومات يحتاجونها حقاً، فإنهم يرحبون بك وبعملك أكثر. أنهم يتعرفون معك إلى حلول مساعدة يمكن لمنتجاتك أو خدماتك أن تقدمها، ولهذا لديك فرصة ذات نسبة عالية لإقامة بيع نتيجة ذلك. لقد دخلوا في قُمع منتجك.

من المهم أن تلاحظ أن إدارة الحلقات الدراسية المنقولة ليست علم صواريخ. ذلك أن كل واحد أدار حلقة دراسية أو سهّل اجتماعاً يعرف أن الخطوات الفعلية لوضع حلقة دراسية منقولة متشابهة، فبالنسبة إلى أي شخص قام بعمل تسويقي حديثاً فإن خطوات التسويق متشابهة، والفرق هو في الوسيلة. إنها وسيلة جديدة نسبياً، موفرة للوقت، غنية بالقيمة وأداة تسويقية غير مكلفة.

يمكن أن تتخذ الحلقات الدراسية التي تسوّق عملك عبر الشبكة عدة أشكال:

- تقديم معلومات مفيدة تقود إلى تسويقك لمنتجاتك أو خدماتك.
- إعلام الزبون بإجراءات أو ممارسات جديدة.
- إدارة جلسات «أسأل المدير التنفيذي».
- إطلاع الزبائن المحتملين وغير المحتملين بأحدث التطورات في هذا المجال.
- إجراء مقابلات مع خبراء يستطيعون مساعدتك في إبقاء سوقك مماشياً أحدث التطورات.
- تدريب موظفي زبونك لاكتساب المهارات التي يحتاجون إليها.
- عقد جلسات لتبادل الأسئلة والأجوبة.

يعتمد إيجاد مشاركين في جلستك على الخط على سوقك المطلوب المحدد، وعلى سبب وموضوع الجلسة أو الحلقة. وبناءً على خصوصية ومكان الحلقة تستطيع أن تبني لنفسك قاعدة صغيرة أو واسعة جداً من الزبائن المحتملين. قد تجد حضوراً محتملاً في قاعدة بياناتك، عبر الاتصالات الشخصية، الإعلان، البريد الإلكتروني، البريد العادي،

الاتصال الهاتفي، وغير ذلك. النقطة الرئيسية هنا هو أنه عليك أن تتأكد من التناسب بين الأشخاص الذين تقوم بدعوتهم وبين الموضوع المطروح ومن كون ذلك الموضوع سيقدم الفائدة والعون والمتعة لهم.

من الأهمية بمكان التأكد من كون الحلقة التي ترعاها على الخط تدار بشكل حسن. إن الفشل في تقديم فائدة نفيسة مقابل الوقت الذي يمضيه الناس وهم يتابعون حلقتك يعني عدم عودتهم ثانية للاتصال بك دون أدنى شك. لذلك نقدم هنا بعض الملاحظات التي ستساعدك في إدارة حلقة دراسية على الخط ناجحة في تسويق عملك:

التنويه الأولي:

- انشر مواعيد بدء وانتهاء الحلقة محدداً المدة الزمنية بشكل واضح.
- أرسل مذكرات تحمل معلومات حول الحلقة قبل ثلاثة أيام ثم مرة أخرى قبل يوم واحد من الحلقة.

عبر الهاتف:

- اتصل من هاتف أرضي وتأكد من الاتصال ثانية لدعم الاتصال الأول.
- اعتمد على وسيط قوي ومضمون.
- ابدأ الحلقة في الوقت المحدد وانها في الوقت المحدد أيضاً.
- جهز نفسك للحلقة تماماً، وأتبع جدول عمل منظم.
- أعد المقابلات المطلوبة سلفاً.
- اجعل الاتصال غنياً بمضمونه أكثر ما يمكن.
- انتبه لنوعية الاتصال؛ أي انتبه لعدم وجود أصوات أو ضجيج مرافق مع الاتصال من خلال طلب الهدوء من المشارك.
- حافظ على تقدم الحلقة بشكل حيوي وبعد انتهائها اطلب من المشاركين طرح آرائهم.
- أتبع حلقتك بشكر الحضور على مشاركتهم.
- أعط المعلومات اللازمة عن منتجك أو خدمتك وكيفية الاتصال بك.
- ابق على اتصال بالحضور مستخدماً كل أساليبك التسويقية.

في كل مرة تتاح لك الفرصة فيها لقضاء ساعة أو ساعتين مع الأشخاص الموجودين في سوقك المطلوب، عليك أن تكون قادراً على بناء علاقات مفيدة لعملك. وتتماماً كما هو الحال مع إلقاء محاضرات عامة، فإن دعوة الناس إلى الغذاء، أو ممارسة رياضة ما معهم كالغولف مثلاً، فإن الحلقات المنقولة لها التأثير نفسه.

إن تكنولوجيا اليوم، وتزايد معرفة الناس باستخدام الاتصالات الجماعية للتواصل، تجعل من الحلقات المنقولة على الخط تطوراً طبيعياً في مجال التسويق. وكما قلنا سابقاً، هذا ليس علماً معقداً كعلم الصواريخ، إنه وسط جديد لممارسة أشياء ناجحة أصلاً من خلاله، وهو سهل وغير مكلف وملائم وفعال، وفوق هذا وذاك، تستطيع ممارسته من مكانك.

مارشا د. إيغان **Marsha D. Egan**: مقدمة أفكار وآراء ناجحة، ومؤلفة، ومديرة تنفيذية، ومدربة معتمدة. إنها «تحدث عن تجربة» كرئيسة لشركة للتدريب الحيوي الناجح، شركة ذي إيغان غروب إنكوربوريشن The Egan Group, Inc. ، وقد حصلت على جائزة مؤسسة أثينا ATHENA Foundation Award، وصنفت واحدة من أفضل خمسين سيدة أعمال، ولديها خبرة تزيد عن 25 عاماً في مجال الأعمال التعاونية والطوعية في أمريكا. تقوم إيغان بإعادة ابتكار القادة والمديرين عبر حثهم على القيام بالتغيير الإيجابي والابتكار. تتضمن خدماتها تقديم الأفكار الجديدة، تقديم برامج لمدة نصف يوم أو يوم كامل، التدريب الفردي، وهذا كله من أجل تقديم الإلهام للأفراد والمؤسسات للاستفادة القصوى من مؤهلاتهم. قدمت شركتها ونشرت على الشبكة عدة كتب وأقراص مضغوطة ومجلة نصف أسبوعية -مجلة ذا سيفنال The Signal- حول تعليم «كيف» لأكثر من 20000 باحث عن النجاح في العالم. يمكنكم الاتصال بها على: marsha@marshaegan.com.

حقوق النشر ©2006، مارشا إيغان.

جميع الحقوق محفوظة.

لا يمكن استخدام أي جزء من هذه المقالة وإعادة نشرها أو ترجمتها بأي شكل أو وسيلة بشكل إلكتروني أو آلي بما في ذلك التصوير أو النسخ أو التسجيل أو تخزين المعلومات دون إذن خطي من الكاتب باستثناء استخدام عبارات مقتضبة منها في أي بحث أو دراسة.