

تقديم

يتمثل جوهر التسويق بالطبع في توسيع قاعدة عملائك، وهذا يعني تطوير فريق عملك من المسوقين وتزويدهم بالمهارات اللازمة لجذب العملاء إلى سلعتك أو خدماتك. ولكن مع كل لا تنس أن العميل يتخذ قرارات محورية.

المسوقون المهرة وقرارات العميل المحورية:

يحتاج المسوقون المهرة إلى أن يكونوا على وعى بمدى سرعة العملاء في الحصول على البيانات حول المنظمات التي يهتمون بمنتجاتها وحجم المعلومات التي يستطيعون تجميعه. مع أخذ هذا في الاعتبار يجب أن تعطى كمسوق اهتماماً لصيغاً "بمصادر المدخلات" التي سوف تعطيك البصيرة الثاقبة إلى ما يفكر ويشعر به عملائك حول شركتك، ويجب أن تتبنى الحقائق والفرص للأسواق الحالية التي تركز على العميل. يجب أن تتغير وحدة إدارة التسويق التقليدية في هيئتها ومكوناتها إلى

وحدة لإدارة العميل، والتي تضع بناء علاقات العميل في الأولوية التي تسبق تدفيع سلع أو خدمات معينة. يتطلب هذا التحول في التفكير والمنهج بناء مهارات تسويقية جديدة يتناول بعضها هذا الكتاب.

هذا هو السبب في أنه يجب أن يكون لدى المسوقين الجدد سلسلة واسعة من المهارات التي يمكن استثمارها في ترويج سلع أو خدمات الشركة. ولأن التسويق عبر الإنترنت يلعب الآن دوراً لافتاً، فإنك كمسوق في حاجة إلى أن تعرف كيف تجرى الأنشطة التسويقية بطرق حديثة متنوعة تتطلب أيضاً مهارات جديدة مثل إنشاء إعلانات عبر مواقع web، تصميم مجلات إلكترونية، استخدام تقديم online بالصوت والصورة، الوصول إلى العملاء عبر حجرات الدردشة، وهكذا.

التقدير لقيمة مهارات التطوير الشخصي:

فكر في نجاحك التسويقي عبر الإنترنت كمبادرة في فن العيش المتميز في الحياة من خلال إثراء مهارات تطويرك الذاتي. بالتأكيد إنه عمل صعب، وهو كثير! ومع ذلك، إنه أيضاً "فرصة وقت كبيرة" للنمو الشخصي والمهني في مجالات كثيرة.

تذكر: تشكل رؤيتك ما تفعله وكيف تفعله. قرر "الآن" الاستمرار في مبادأتك لتطوير مهارة الاتجاه والحياة. طوّر جاذبية للحياة عندما تحدد تطوير مهاراتك في فن تسويق الجاذبية.

تتمثل أهمية مهارات التسويق في جمع الأموال:

المال ليس كل شيء، ولكن لا أحد ينكر أهميته في حياتنا،

وخاصة للشركات والمنظمات المختلفة. وعموماً، الكثير من حياتنا وحياة الشركات بصفة خاصة يمكن تلبيتها بالمال ذلك هو السبب أنه من المهم أن تعرف كيف تحصل لك ولشركتك على المال.

يوجد الكثير من الأوجه التي يمكن مناقشتها عندما يتعلق الأمر بجمع المال، ولكننا نناقش هنا أهمية مهارات التسويق موضوع هذا الكتاب. إنها تحدد الفرق بين الحصول على الأموال بصورة جيدة أو عدم الحصول. هنا حيث تلعب مهارات التسويق دوراً محورياً. إنك تحتاج بالطبع أن يكون لديك كمسوق شيء ما ذو قيمة تقدمه. وبعد ذلك تحتاج إلى تسويقه إلى الناس الذين يحتاجون إليه. يمكن أن تساعدك مهارات التسويق على الربط بين الحل الذي لديك وإمكانية الوصول إلى العملاء الحقيقيين لذلك المنتج أو تلك الخدمة. إنها - مهارات التسويق - سوف توفر لك الكثير من الفرص لجمع الأموال.

يركز المسوقون الجدد على أهداف الأداء، ومهارات أساسية قليلة، واستعدادهم لاتخاذ قرارات احتمالية لبناء مجموعة مهارات تسويقية متكاملة قد أثبتت ترابطها الديناميكي. يضاف إلى ذلك، أن المسوقين الجدد ضمنوا أن برامجهم التسويقية ذات إيقاع سريع، وقد أنشئت لأن تمول ذاتها بذاتها واحتفظت بإدارة عليا قوية، وتدعيم واسع لبناء تنظيم ذى عقلية تسويقية. الأكثر أهمية، قد انتجت مهاراتهم التسويقية الجديدة أداء متميز فى دوائر أعمالهم.



تنظيم الكتاب

تطوير مهارات التسويق:

يقع الكتاب فى سبعة فصول تدور جميعها حول مهارات التسويق وتطورها ولكن كان لابد من أن نمر مر الكرام على تعريف التسويق وتعريف المهارة، ثم تعريف مهارة التسويق، وهذا ما تناوله **الفصل الأول: مدخل إلى مهارات التسويق**. كثير من أعضاء إدارة الشركات لا يستطيعون التمييز بين التسويق والبيع، بل إن بعض المسوقين يختلط عليهم الأمر بين الحدود التى تفصل بين التسويق والبيع، جاء **الفصل الثانى: الفرق بين التسويق والبيع** ليعقد مقارنة دقيقة تضع النقط على الحروف لفض الاشتباك بين كل من التسويق والبيع. التسويق ليس بعيداً عن الآثار التى أحدثتها، ولا تزال تحدثها التطورات التقنية والاقتصادية، بل هو فى قلب هذه الأحداث. يحدثنا **الفصل الثالث: مهارات جديدة لمستقبل التسويق** عن هذه التطورات وآثارها التسويقية اللافتة عبر الإنترنت كمثال فقط. تحتاج مهارات التسويق إلى تنمية وتطوير مستمرين، ولكن لكى تتم مثل هذه التنمية والتطوير لابد من التعرف على المهارات

التي في حاجة إلى تنمية. يرشدك **الفصل الرابع**، لكي تصبح على وعى بمهارتك الأكثر ضعفاً. ينتقل بك **الفصل الخامس** إلى ميدان التسويق فيقدم لك طريقة للتسويق تظهر في عنوانه، **الفصل الخامس**، التركيز FOCUS طريقة تسويق تعتمد على الحروف الخمسة للكلمة. **الفصل السادس**، أخلاقيات دوائر الأعمال يظل معنا في الميدان ولكن ليزكرنا بأن التسويق يحتاج كأى نشاط آخر إلى ضمير لتأتى بعده أهمية المبيعات والأخلاق. غالباً، كانت الفصول السابقة تتحدث عن التسويق في الشركات سواء للسلع أو الخدمات، ولكن هناك شريحة كبيرة في المجتمع بدأت تستخدم تسويق الإنترنت بكثافة، إنها شريحة أصحاب المهن الحرة، جاء **الفصل السابع** ليساعدها على عدم الوقوع في مصيدة التسويق عبر الإنترنت تحت عنوان: **خمس خرافات للتسويق عبر الإنترنت**.

التسويق عبر الإنترنت أو Online أو تسويق الشبكات كلها تكنولوجيايات عصرية ومهمة تنقلك كمسوق من المستوى المحلى إلى المستوى العالمي، ولكن كن حريصاً عند استخدامها، ولا تقع في حبالها أو حتى خرافاتها.

المؤلف

