إجابات أسئلة الدرس

السؤال الأول:

وسائل الترويج:

1. الإعلان: يكون ذلك عن طريق الإذاعة والتلفاز، أو البريد الإلكتروني، أو الرسائل النصية، والوسائل المطبوعة (مثل: الصحف والمجلات) أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل: صفحات الفيس بوك، والتوتير، والإنستغرام.
2. البيع الشخصي: يقصد به التواصل المباشر مع الزبائن عن طريق رجال البيع (مندوبو المبيعات).
3. تنشيط المبيعات: يتم ذلك بإقامة المعارض، وعمل المسابقات، وتخفيض الأسعار، وتقديم الهدايا، وتوزيع العينات المجانية.

السؤال الثاني:

عنصر الترويج المستخدم في كلّ من الحالات الآتية:

أ- أعدّت أحلام منشورًا باستخدام الناشر الإلكتروني. وقد احتوى المنشور على صورةِ منتجها مُذيلاً بعبارةٍ جاذبةٍ/ الإعلان، الوسائل المطبوعة.

ب- وزع عبد الرحيم –بالتعاون مع بعض موظفي الشركة- بعض المنتجات مجانًا على مجموعةٍ من الزبائن لتجربته/ تنشيط المبيعات، العينات.

ج- أعدّت هند تقريراً بيّنت فيه نسبة مبيعات المنتج، ومدى إقبال الزبائن على شرائه، وبعض آرائهم، ثم نشرته في إحدى الصحف المحلية/ الإعلان، الوسائل المطبوعة.

د- أقام فادي معرضًا كبيرًا دعا إليه الزبائن لتعرّف مُنتجاته، والترويج لها/ تنشيط المبيعات، المعارض.

هـ- أعدّ عليٌّ مشهدًا تمثيليًا يعرض المنتج الخاص به/ الإعلان، التلفاز.

قابلت سميرة –بالتعاون مع مسوّقي المشروع- بعض الزبائن، وعرّفتهم بالمنتج،

وحاولت إقناعهم بشرائه/ البيع الشخصي، مندوبو المبيعات.

ز- روّج خلفٌ لمنتجه بكتابة النص الآتي على باب المحلّ: "اشتر قطعة، واحصل على هدية"/ تنشيط المبيعات، الهدايا.

السؤال الثالث:

يُعدّ ترويج المنتج للزبائن أمرًا ضروريًا؛ لن عملية جذب الزبائن وإثارة انتباههم واهتمامهم، وإقناعهم بشراء المنتج لن تتحقق إلا عن طريق الترويج والإعلان له بصورةٍ فاعلة.