

كيف تستغل المناسبات
الموسمية والاجتماعية لزيادة
مبيعاتك كتاجر؟



الكتاب

- المقدمة 01
- ما هو التسويق الموسمي؟ 01
- ما أهمية التسويق الموسمي بالنسبة للتجار؟ 01
- كيف تستغل المناسبات الموسمية المهمة؟ 02
- كيف أطلقت الشركات حملات تسويقية للمناسبات المهمة؟ 07



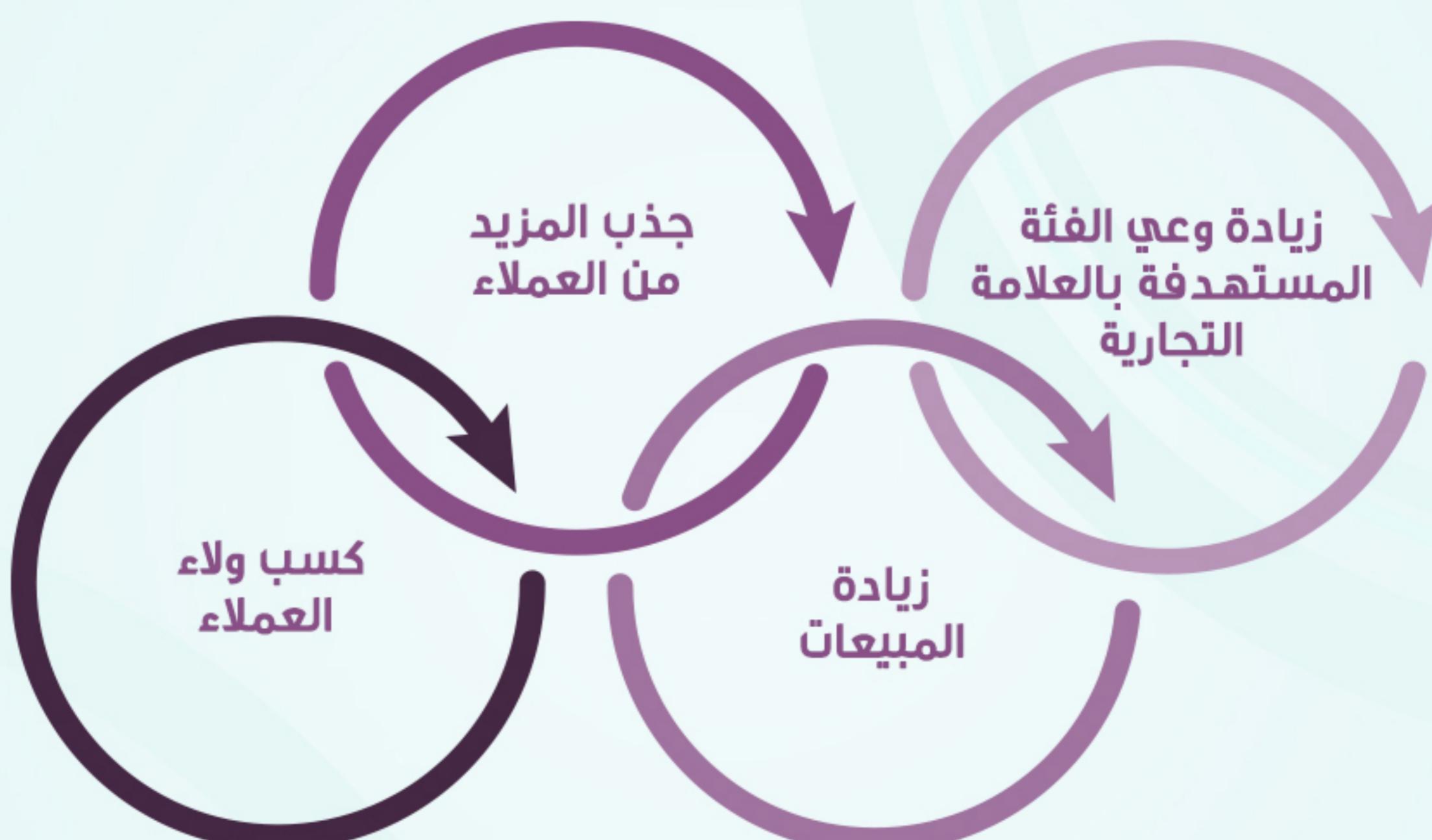
كيف تستغل المناسبات الموسمية والاجتماعية لزيادة مبيعاتك كتاجر؟

يزداد ازدحام الأسواق وتزداد المبيعات عند المواسم ،والمناسبات الاجتماعية المهمة مثل رمضان،والعيدان، واليوم الوطني حيث يبدأ المستهلكون بالبحث عن العروض الخاصة والتخفيضات، ويبدأ التجار بالاستفادة من هذه المواسم لتوفير العديد من المنتجات والعروض لجذب المزيد من المستهلكين الجدد وتحقيق المزيد من العائدات. لابد أن تخطط جيداً وتتعرف على استراتيجيات التسويق الموسمى "Seasonal Marketing".

ما هو التسويق الموسمى؟

هي العروض الترويجية والخصومات التي تطلقها الشركات في أوقات معينة بهدف زيادة المبيعات.

ما أهمية التسويق الموسمى بالنسبة للتجار؟



كيف تستغل المناسبات الموسمية المهمة؟



خط

كن على استعداد وجهز رزنامة تتضمن جميع المواسم المزدحمة والمناسبات الاجتماعية المهمة التي يميل المستهلكين فيها للشراء المزيد من المنتجات، حاول

معرفة احتياجاتهم وما هي أكثر المنتجات طلباً وابداً بالترويج لمنتجاتك مسبقاً:

- حدد الهدف الرئيسي من الحملة التسويقية، فهل هو زيادة مبيعات، جذب المزيد من العملاء، أو زيادة وعي الجمهور بالعلامة التجارية.
- حدد منافسيك وضع خطط وأفكار للمحتوى لكي تتفوق عليهم.
- تأكد من وضع أفضل التخفيضات الموسمية في الصفحة الأمامية لمتجرك الإلكتروني لأنها تشده انتباه العملاء.
- حدد منصات التواصل مع جمهورك المستهدف، وحدث تصميماً لها بلمسانات احتفالية واجعل المحتوى مناسب للموسم مع المحافظة على هوية العلامة التجارية.

أعد

المحتوى المناسب الذي سيدفع الحملة التسويقية للنجاح، لتضمن ذلك يجب أن:

- تحدد المحتوى المناسب: فيديو، صور، انفوجراف، تصاميم، لتطلق عروض أكثر صلة بالموسم وتلبي احتياجات العملاء.
- ركز على اللغة والنصوص المستخدمة في التسويق لعلامتك التجارية واجعل الإعلانات موجزة، وفيرة المعلومات، وسهلة الفهم، وأظهرها بطريقة إبداعية مرتبطة بالمناسبة، لتحظى برضاء العملاء.
- استخدم الهاشتاكات التي ستساعدك في الظهور على موقع التواصل بشكل أفضل.
- استخدم أسلوبًا مميزًا لجذب انتباه المستهلكين نحو منتجاتك وتفوق على منافسيك.

ولتحقيق ذلك يجب عليك

- التعرف على جمهورك المستهدف ورحلة شرائه للمنتجات.
- تحليل دورة حياة المنتج والتي ستساعد في إطالة زمن تواجد المنتج في السوق.

ولكي تتعرف أكثر على جمهورك يمكنك مقابلتهم وجهاً لوجه، أو نشر استبيان على مواقع التواصل الاجتماعي مثل انستقرام والذي يوضح مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة، أو يمكنك البحث على أداة "Google Trends" لوتعرف على أكثر ما يبحث عنه عملائك لتتمكن من إغلاق الثغرات الكامنة في السوق.



قدم

- عروض وخصومات تنافسية: إجمع منتج آخر ذو صلة وبسعر مناسب مثل (مجموعات الهدايا).
- عروض شحن مجانية.
- تغليف هدايا مجاني.
- عينات مجانية مع كل عملية شراء.
- فكرة ذكية صديقة للبيئة: قدم للمستهلك خصومات مع كل عملية إعادة تدوير المنتجات الفارغة التي تم شرائها من متجرك.
- عروض خاصة بطرق الدفع.
- أكثر من طريقة دفع.
- خصومات الدفع بالبطاقات الائتمانية.

تواصل

- و حاول مشاركة محتوى الحملة التسويقية على كل منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بنشاطك التجاري وكن على تواصل دائم مع العملاء
- راقب وحلل تحركات فئتك المستهدفة وحاول معرفة أكثر المنصات التي يستخدمونها وكن موجوداً بشكل مستمر فيمكنك استخدام يوتيوب، فيسبوك، تويتر، سناب شات لنشر فيديوهات عن حملتك التسويقية، أو استخدم بنترست، وانستقرام لنشر الصور، والانفوجراف، أو استخدم فيسبوك لنشر المدونات الطويلة، ويمكنك استخدام تويتر لنشر العروض والخصوصيات.
- تواصل مع المستهلكين بشكل منتظم من خلال رسائل البريد الإلكتروني وهنئهم بالمناسبات وأخبرهم بأخر العروض والخصوصيات.

نصيحة خبير

تابع ردود أفعال العملاء تجاه الحملة الإعلانية، و اطرح عليهم الأسئلة لقياس مدى إقبالهم عليها، وتحل بالمرونة و إضبط استراتيجياتك وقم بإجراء التعديلات عليها عند الحاجة لذلك.

كيف أنشأت الشركات حملات تسويقية ل المناسبات المهمة ؟



MARIA TASH

شهر رمضان المبارك، والأعياد، واليوم الوطني من المواسم التي تتتسابق قبلها العلامات التجارية لشد انتباه المستهلكين، ويغلب على هذا النوع من الحملات التسويقية طابعاً عاطفياً لنيل رضا العملاء ودفعهم للشراء وهذه بعض الإستراتيجيات المتبعة من قبل الشركات الكبيرة في التسويق لمنتجاتها:

- الوصول مبكراً: يتسرع التجار لمشاركة الجمهور بكل جديد ونشر الرسائل التسويقية مبكراً، لتهيئة العملاء ل المنتجات الجديدة.
- تقديم ميزات فريدة وبناء علاقة قوية مع العميل يحرص التجار على تقديم منتجات ومميزات تساعد العملاء وتلبي احتياجاتهم في الشهر الفضيل، وفي مواسم الاحتفالات وتحاول نشر محتوى ذاتي طابع اجتماعي.

شركة
H&M



شركة H&M السويدية من الشركات السباقـة التي تحرص دائمـاً على تقديم ممـيزـات تلـبي احـتـياجـات عـملـائـها. في 2018 أطلـقـت شـركـة H&M أول مـجمـوعـة Limited edition منـاسـبة لـلـأـجـوـاء الرـمـضـانـيـة والأـعـيـاد، وـكـان ذـلـك تـحـولـاً كـبـيرـاً فـي تـوـجـه الشـرـكـة بـهـدـف تـلـبيـة اـحـتـياجـات شـرـيـحة أـكـبـر مـن عـملـائـها العـالـمـيـين، حـيـث أـطـلـقـت تصـامـيم مـهـتـشـمة بـأـلوـان مـسـتوـحـة مـن الأـجـوـاء الشـرـقـيـة، وـنـشـرـت الأخـبـار التـشـويـقـيـة عنـ المـجمـوعـة الجـديـدة عـلـى المـجـلـة المشـهـورـة **Vogue** العـرـبـيـة وـمـنـصـات التـواـصـل الـاجـتمـاعـيـيـة بـهـا لـتـهـيـئـة العـمـلـاء لـلـشـراء ما يـنـاسـبـهم مـنـ المـجمـوعـة.



شركة Lacoste هي شركة فرنسية من إحدى الشركات المشهورة عالمياً بإنتاج الملابس والعطور وتحرص دائماً على توفير منتجات تلبي جميع احتياجات المجتمع. في 2021 إحتفلت Lacoste باليوم الوطني السعودي من خلال حملة إعلانية جمعت فيما مؤثرين سعوديين وانطلقا في تجربة فريدة عرضت فيها الشركة بعض من تصاميمها في مواقع تاريخية في المملكة حيث أبرزت تراثها وثقافتها الغنية، وقدمت هدية خاصة مع كل عملية شرائية من أحد فروعها العشرة في الرياض، وجدة، والظهران، ونشرت الأخبار التسويقية على وسائل التواصل الاجتماعي ومجلة Grazia الإيطالية.

مصممة المجوهرات MARIA TASH



احتفلت خبيرة ومصممة المجوهرات الأمريكية Maria Tash باليوم الوطني السعودي ٩١ من خلال تصميم مجموعة من المجوهرات ذات الحرفية العالية والألوان المستوحاة من علم المملكة لتناسب مع احتفالات اليوم الوطني السعودي، وقدمت عروض وتخفيضات مميزة على المتجر الإلكتروني.