

اسم المقرر

مهارات الاتصال
د. أحمد عبد الرحمن بلالي



جامعة الملك فيصل

عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

المحاضرة الثامنة

الرسائل الاقناعية ورسائل البيع



عناصر المحاضرة

أولاً: الرسائل الاقناعية

- خطة كتابة الرسائل الاقناعية؛
- نماذج من الرسائل الاقناعية

ثانياً: رسائل البيع

- ماهيتها وأهميتها؛
- إعداد رسائل البيع؛
- تنظيم رسائل البيع.



أولاً: الرسائل الاقناعية

من المتوقع جداً أن تقوم أثناء عملك بكتابة رسائل ومذكرات داخلية عديدة تطلب فيها من القارئ القيام بعمل ما:

- اتخاذ اجراء ما،
- قبول وجهة نظر،
- أداء خدمة معينة،
- تحقيق رغبتك،
- التغيير وما شابه ذلك، (طلب تسوية، طلب بضاعة، طلب انضمام، طلب قرض، طلب تحصيل/ دفع دين مستحق، طلب ترقية، طلب عمل...الخ).



١- خطة كتابة الرسائل الاقناعية:

تتنوع الرسائل الاقناعية بشكل يمكن معه استخدام خطة تنظيم الرسائل الإيجابية والحيادية (الأسلوب المباشر)، أو خطة تنظيم الرسائل السلبية (الاسلوب غير المباشر).



١- خطة تنظيم الطلب المباشر:

يستخدم في حالات:

- اذا كان الطلب بسيطاً روتينياً وشخصياً؛
- تعتقد أن القارئ سوف يستجيب لطلبك دونما تردد؛.

يتكون الأسلوب المباشر من:

- الفكرة الرئيسية، الغرض من الرسالة، الموضوع- اذكر الطلب والسبب؛
- التوضيح: الحجج والتفاصيل اللازمة حتى يستطيع القارئ أن يستجيب بدقة؛
- نهاية لبقة مهذبة –أطلب بلباقة الاجراء الذي ترغبه.



ب- اخطاء الطلب غير المباشر:

تستخدم في المواقف والحالات:

- الصعوبة المعقدة والحساسة؛
- واذا كان الطلب غير روتيني ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب؛
- او أن الاستجابة تتطلب منه توضيح شخصية.



تتكون خطة رسالة الاقناع من أربعة اجزاء:

- اجذب انتباه القارئ؛
- اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ؛
- اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي سلبيات؛
- اختتم الرسالة بصورة ايجابية.



رسالة طلب

السيد/.....

تحية طيبة وبعد

الموضوع:

لم يصل الى دائرة المبيعات لدينا اي انباء/رسائل منكم منذ فترة، الامر الذي يقلقنا كثيرا، وإننا نعلم ان كتيبات وكاتالوجات عديدة اخرى تصلك، ولكنك كما تعلم فقد كنت احد الزبائن المفضلين لدينا خلال السنوات الثمانية الماضية، وإننا نقدر لك عاليا الثقة التي منحناها لنا. ونود ان تعلمنا ان كان هناك اي شيء غير راض عنه بالنسبة لسلعنا/خدماتنا. نرجو ان ترسل لنا ملاحظاتك- ويمكنك الكتابة مباشرة على نموذج الطلب المرفق مع الكاتالوج- واعلمنا كيف نستطيع ان نقدم لك افضل خدمة.



٢- نماذج عن رسائل الطلب الاقتاعية

١- رسالة طلب انئمان

تخطط رسالة طلب انئمان على النحو الآتي:

- ابدأ مباشرة بالموضوع، حدد نوع الائئمان الذي تحتاجه، وكيف ومتى سوف تقوم بتسديده
- قدم توضيحا مبينا الهدف والاسباب وراء طلب هذا الائئمان
- اذكر علاقتك ومعاملاتك السابقة مع المورد/البائع وسمعتك
- اظهر استعداداتك لتقديم اي معلومات اضافية /أو تقديم اسماء معرفين



رسالة طلب تمديد ائتمان

تحية طيبة،

نأسف لابلأغكم اننا لن نستطيع تسديد قسط شهر ايلول البالغ ١٥٠٠ دولار امريكي. لقد كنا ننوي ان ندفع القسط كالمعتاد، ولكنك ربما قرأت في التقارير الصحفية حول الحريق الذي اندلع في مخازننا في ١٠ آب. وقد سبب هذا الحريق خسارة فادحة لنا، ولم تقم شركة التأمين بالتعويض الكامل، حيث وعدتنا بدفع كامل التعويض خلال الاسابيع القليلة القادمة. هل يمكنكم ان تمددوا الائتمان لمدة شهرين، ونأمل ان نكون قادرين على تسديد كامل المبلغ في منتصف تشرين اول.

ليس هناك من ضرورة تستدعي الاشارة الى ان هذه الظروف استثنائية، وقد كنا دوما نسدد التزاماتنا في مواعيدها المحددة كما يتضح من سجلنا الطويل معكم.



ب-رسائل التحصيل:

يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين
 - الابقاء على العلاقة الحسنة والتعاون المثمر المتبادل مع الزبون
- تتضمن عادة حملات التحصيل ثلاث مراحل:
- التذكير في المرحلة الاولى/المبكرة
 - الاقناع في المرحلة المتوسطة (طلب قوي).
 - الالحاح في المرحلة الاخيرة



رسالة تحصيل تذكيرية

السيد -----

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

لقد مضى اكثر من شهر على موعد استحقاق قسط شهر نيسان ولم يصلنا هذا المبلغ حتى الان. وفي ضوء سجلك الجيد معنا خلال السنوات الخمس الماضية، فإننا نثق جيدا بانك ترغب فعلا بتسوية حسابك بارسال شيك بالمبلغ حالا.

ولاجل راحتكم نرفق لكم مغلفا يشتمل عنوان الرد او الطابع البريدي. نقدر لكم عاليا معاملاتكم الجيدة السابقة معنا، ونتطلع دوما لخدمتكم.

وتفضلوا-----



ثانيا: رسائل البيع

١- ماهية وأهمية رسالة البيع:

١- ماهية رسالة البيع:

رسالة البيع هي رسالة من البائع/المورد الى القارئ/الزبون يدي (البائع) فيها استعداده ورغبته في تزويد القارئ/ الزبون بسلعة او خدمة او كليهما.

قد تكون رسالة البيع بناءا على طلب مسبق.



ب- أهمية رسالة البيع:

- تعتبر رسائل البيع أقل تكلفة من الوسائل الأخرى.
- تعتبر رسائل البيع أكثر دقة لأنه يمكن اعدادها وتكييفها لتناسب فئة معينة بدلا من الجمهور عامة.
- الضوابط والتشريعات الحكومية التي تنظم وتضبط وتراقب رسائل البيع اقل بكثير عما هي عليه بالنسبة لوسائل الدعاية الأخرى.



٢- عملية الاعداد لرسالة البيع:

١-دراسة وتحليل السلعة:

- ما هي استعمالات السلعة واستخداماتها؟ كيف يمكن ان تفيد القارئ؟
- كيف تم تصنيعها ونتاجها؟ ما هي المواد التي تدخل في انتاجها؟
- ما هي المزايا والمنافع التي توفرها السلعة مقارنة بالمنتجات المماثلة؟
- ما هو سعر السلعة للزبون/ العميل؟
- كيف تعمل؟ وكيف تستعمل؟
- ما مدى سهولة/ صعوبة صيانتها وتصليحها؟
- ما هو الضمان/ الكفالة ومدتها المقدمة مع السلعة؟



العميل؟

عمادة التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد

Deanship of E-Learning and Distance Education



ب-دراسة وتحليل القارئ:

- ما هو مستواه التعليمي؟ ما هو مستوى دخله؟
- أين يسكن او يعيش؟ في المدينة أم الريف؟
- ما هو عمره؟ صغير السن أم كبير السن؟
- ما هي مهنته؟ ما هو عمله؟
- ما هي الحالة الاجتماعية؟ أعزب أم متزوج أم أرمل؟
- ما هو جنسه؟ ذكر أم أنثى؟
- ما هو حجم أسرته؟ صغير، متوسط أم كبير؟
- ما هو نمط استهلاكه؟ ينفق كثيرا حتى على الكماليات أم عكس ذلك.
- أي خصائص أو جوانب أو أمور تتعلق بالقارئ ولها صلة بموضوع الرسالة.



ج-تقرير استراتيجية وجاذبية البيع:

- إستمارة وتفعيل دوافع الشراء (الكامنة) داخل القارئ/ المستفيد
- الاغراءات البيعية العاطفية
- الاغراءات البيعية العقلانية



د- إعداد قائمة المستفيدين المستهدفين:

وهنا وجب الأخذ في الاعتبار عند تحديد من ستوجه لهم الرسائل الترويجية العلاقة بين التكلفة والمنفعة أو المردودية وبالتالي سوف لن توجه الرسائل للمجموع وإنما لفئات مستهدفة. تعد القوائم بالأسماء والعناوين التي تستقى من مصادرها.

هـ- تحديد السعر:

ويكون ذلك قبل البدء فعلياً في إرسال الرسائل مع مراعاة تنافسية السعر ومردوديته



٣-تنظيم رسالة البيع:

يجب اتباع أسلوب مروس وغير مباشر، يكون عادة وفق الآتي:

- جذب انتباه القارئ (الانتباه)؛
- استثارة الرغبة لدى القارئ بالسلعة؛
- ايجاد الرغبة لدى القارئ بشراء السلعة؛
- تشجيع القارئ على اتخاذ اجراء معين.



ا-جذب انتباه القارئ/ المستفيد:

- جملة أو سؤال تستثير به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شيء لا يمكنك مشاهدته".
- قدم عرضا: "اشتر زوجا من الأحذية واحصل على الثاني مجانا".
- اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء وبهدوء تام كما كانت دائما بالرغم من مرور (١٥) سنة على استعمالها.
- وجه سؤالا يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة: "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعيا؟ ألا ترغب في شراء سيارة في المستقبل؟ ألا تخطط لقضاء الصيف الحار في ربوع - - - - - ؟
- استخدام الصور والرسومات والوسائل الفنية .
- طباعة عبارة معينة أو توضيح معين على مغلف الرسالة.
- توجيه الرسالة باسم القارئ/ المستفيد.



ب-إثارة اهتمام القارئ: استخدام الحجج والبراهين والأدلة الشائعة

- نتائج فحوصات مختبرية تتعلق بالسلعة.
- آراء مستفيدين (زبائن) مشهورين ممن استعملوا السلعة لفترة طويلة.
- حقائق وأرقام من تقارير المستفيدين من السلعة.
- معرفون (قائمة بالزبائن الذين عبروا عن رضاهم التام عن السلعة).
- مقارنة السلعة بسلع منافسين آخرين.
- وصف مكونات (المواد التي تصنع منها) السلعة.
- تقديم عينات مجانية - أن يقوم القارئ بتجريب السلعة مجاناً.
- ضمان/ كفالة السلعة.
- دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
- دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة.



ج- شجع/ادفع القارئ للقيام بعمل إيجابي

- أخبر القارئ بشكل واضح ما الذي يجب أن يفعله بالتحديد.
- أخبره كيف يستطيع القيام بذلك.
- احرص أن يكون بوسعه القيام بالعمل بسهولة.
- اجعل سعر السلعة يبدو مناسباً من وجهة نظر القارئ.
- دفع القارئ وحته على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون إبطاء (قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء)، وتحديد موعد لذلك.



الموضوع:

السيد/ السيدة/ الأنسة.....الفاضلة

بينما كنت وأحد الزبائن نناقش التطورات والاكتشافات والاختراعات العلمية التي أسهمت في تقدم البشرية، قال لي: "إن الاكتشافات والاختراعات العلمية الحديثة هي لعنة ونقمة للبشرية، وسوف تدمرها يوما ما..." طبعا لا تتفق مع هذا الرأي، إنها حملة حمقاء... وغير صحيحة أبدا، لأن هنالك كثير من الاختراعات والاكتشافات العلمية لا تضر البشرية أبدا، وذات فوائد ومنافع عديدة للإنسانية.

إن جهاز التكييف "الكترا" الذي ننتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جدا والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش اللطيف طيلة أيام الصيف الحارة جدا، ويمنحك الدفء اللازم في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء ولياليه الطويلة. إنه يضيف على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طاقتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيرا حينما تتسلم فاتورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جدا رغم تشغيل المكيف ساعات طويلة. نرجو أن تتفضل بزيارة معرضنا لمشاهدة عرض وتجربة الجهاز، ولا يستغرق الأمر سوى دقائق من وقتك، ولكن سوف يساعدك ذلك على التخلص من صعوبات ومعااناة الحر صيفا والبرد شتاء، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومريحة جدا.

سوف ينقلك باص المؤسسة من الساعة.....وكذلك العودة الى نفس المكان.

نأمل أن تتقبل دعوتنا لإتاحة الفرصة لنا لنريك ماذا توفر لك أحدث أجهزة توفير الراحة والبهجة والحيوية.

.....





مَشْرِقٌ
بِحَمْدِ اللَّهِ

