

## أنواع الخدمات المقدمة في مراحل البيع المختلفة ٧

في عالم الأعمال، تعتبر مرحلة ما قبل البيع من العناصر الأساسية لنجاح أي عملية بيع. ففي هذه المرحلة، تُبذل جهود كبيرة لجذب العملاء المحتملين وتهيئتهم لاتخاذ قرار الشراء. تتضمن الخدمات المقدمة في هذه المرحلة ما يلي:

### 1. الاستشارات المجانية

تُعتبر الاستشارات المجانية وسيلة فعالة لفهم احتياجات العملاء المحتملين. يقدم خبراء المبيعات في هذه المرحلة استشارات متخصصة بناءً على احتياجات العميل، مما يساهم في خلق علاقة ثقة وراحة نفسية للعميل. هذه الخدمة تعزز من إمكانية إتمام الصفقة، حيث يشعر العميل بأنه مُقدَّر وأن احتياجاته تُؤخذ بعين الاعتبار.

### 2. المعلومات الترويجية

تتضمن المعلومات الترويجية مجموعة متنوعة من المواد مثل الكتيبات، والفيديوهات، والمواد الإلكترونية. تهدف هذه المواد إلى توضيح ميزات وفوائد المنتجات، وأحياناً تقديم مقارنة بين المنتجات المتاحة في السوق. من خلال تقديم محتوى غني وموثوق، يمكن للشركات إثارة اهتمام العملاء وتوجيههم نحو اتخاذ قرار الشراء الصحيح.

### 3. العروض التجريبية

تُعتبر العروض التجريبية أداة قوية للتسويق، حيث تمنح العملاء المحتملين الفرصة لتجربة المنتجات دون التزام مالي. تساعد هذه الاستراتيجية في إزالة المخاوف التي قد تكون لدى العملاء بشأن جودة المنتج أو ملاءمته لاحتياجاتهم. من خلال تقديم تجربة مباشرة للمنتج، يمكن للعميل رؤية الفوائد العملية واستشعار القيمة قبل اتخاذ القرار.

### 4. دعم العملاء



تقديم دعم العملاء في مرحلة ما قبل البيع يُعتبر من العوامل الحاسمة. يتطلب الأمر وجود فريق دعم متاح للإجابة عن أسئلة العملاء والاستجابة لاحتياجاتهم في الوقت المناسب. تعزيز تجربة العملاء في هذه المرحلة يُسهم في زيادة فرص إتمام الصفقة، حيث يشعر العميل بالراحة والثقة في اتخاذ القرار.

## 5. التخفيضات والعروض الخاصة

تُعتبر العروض الترويجية والتخفيضات حافزاً قوياً لجذب العملاء. تقدم الشركات خصومات أو عروض لفترة محدودة، مما يُشجع العملاء على اتخاذ القرار بسرعة. من خلال استغلال العروض المناسبة في الوقت المناسب، يمكن للشركات زيادة فرص التحويل وتحقيق مبيعات إضافية.

