

المحاضرة الثامنة: الرسائل الإقناعية ورسائل البيع

• أولاً: الرسائل الإقناعية:

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 انتمان، طلب قرض، طلب تحصيل/ دفع دين مستحق، طلب ترقية، طلب عمل"

• خطة كتابة الرسائل الإقناعية:

تتنوع الرسائل الإقناعية بشكل يمكن معه استخدام خطة تنظيم الرسائل الإيجابية والحيادية "الأسلوب المباشر" أو خطة تنظيم الرسائل السلبية "الاسلوب غير المباشر".

A. خطة تنظيم الطلب المباشر:

يستخدم في حالات:

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

يتكون الأسلوب المباشر من:

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

B. خطة الطلب غير المباشر:

تستخدم في المواقف والحالات:

- الصعوبة المعقدة والحساسية.
- إذا كان الطلب غير روتيني ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب.
- أن الاستجابة تتطلب منه تضحية شخصية.

تتكون خطة رسالة الإقناع من أربعة اجزاء:

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

رسالة طلب

السيد /

تحية طيبة وبعد

الموضوع:

لم يصل الى دائرة المبيعات لدينا اي ابناء/رسائل منكم منذ فترة، الامر الذي يقلقنا كثيرا،واننا نعلم ان كتيبات وكاتالوجات عديدة اخرى تصلك، ولكنك كما تعلم فقد كنت احد الزبائن المفضلين لدينا خلال السنوات الثمانية الماضية، واننا 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.

• نماذج عن رسائل الطلب الإقناعية:

A. رسالة طلب انتمان:

تخطط رسالة طلب انتمان على النحو الآتي:

- إبدأ مباشرة بالموضوع، حدد نوع الائتمان الذي تحتاجه، وكيف ومتى سوف تقوم بتسديده
- قدم توضيحا مبينا الهدف والاسباب وراء طلب هذا الائتمان
- 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 لابلاغكم اننا لن نستطيع تسديد قسط شهر ايلول البالغ 1500 دولار امريكي.

لقد كنا ننوي ان ندفع القسط كالمعتاد، ولكنك ربما قرأت في التقارير الصحفية حول الحريق الذي اندلع في مخازننا في 10 آب. وقد سبب هذا الحريق خسارة فادحة لنا، ولم تقم شركة التامين 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 مواعدها المحددة كما يتضح من سجلنا الطويل معكم.

B. رسائل التحصيل:

- يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:
- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين
 - الإبقاء 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 نشق 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

- **ثانياً: رسائل البيع:**
- **ماهية وأهمية رسالة البيع:**

A. ماهية رسالة البيع:

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

[قد تكون رسالة البيع بناءا على طلب مسبق]

B. 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.

- **عملية الاعداد لرسالة البيع:**

A. 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؟
- ما مقدار المال والجهد والوقت الذي يمكن أن توفره السلعة للزبون/ العميل؟

B. 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 أرملة؟
- 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؟

C. تقرير استراتيجية وجاذبية البيع:

- إستثارة وتفعيل دوافع الشراء "الكامنة" داخل القارئ / المستفيد
- ✓ الاغراءات البيعية العاطفية
- ✓ الاغراءات البيعية العقلانية

D. إعداد قائمة المستفيدين المستهدفين:

وهنا يجب 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.

E. تحديد السعر:

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

• تنظيم رسالة البيع:

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

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

A. جذب انتباه القارئ/ المستفيد:

- جملة أو سؤال تستثير به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شئى لا يمكنك مشاهدته".
- قدم عرضاً: "اشتر زوجاً من الأحذية واحصل على الثاني مجاناً".
- اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء تعطي أفضل تبريد صيفاً وتدفئة شتاءً وبهدوء تام كما كانت دائماً بالرغم من مرور (15) سنة على استعمالها.
- وجه سؤالاً يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة: "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعياً؟ 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.

B. 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.
- معروفون (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.

C. 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 وحثه على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون إبطاء "قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء" ، وتحديد موعد لذلك.

تحية طيبة وبعد

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 يوماً ما..." طبعاً لا تتفق مع هذا الرأي، إنها حملة حمقاء... وغير صحيحة أبداً، لأن هنالك كثير من الاختراعات والاكتشافات العلمية لا تضر البشرية أبداً، وذات فوائد ومنافع عديدة للإنسانية.

إن جهاز التكييف "الكتر" الذي ننتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جداً والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش اللطيف طيلة أيام الصيف الحارة جداً، 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 كثيراً حينما تتسلم فاتورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جداً 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 ومعاناة الحر صيفا والبرد شتاء، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومريحة جداً.

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.