كن مسوقًا حقيقيًا و ليس نسخة اليكترونية

كن مسوقًا حقيقيًا و ليس نسخة اليكترونية

بقلم / محم حسن محم رشا

تم نشر هذا المقار للكاتب في العدد الثلاثون من مجلة المحاسب العربي

يحزنني دومًا رؤية الأطفال و هم يتعلمون المشي ، فهم يقعون مرة تلو الأخرى و أتمنى لو أن بأمكاني المساعدة و لكنني أعلم جيدًا أنه شئ لا يمكنني المساعدة فيه مطلقًا و أن المشي هو شئ لابد ان يتعلموه بمفردهم ، كذلك يحزنني المسوقين الجدد فى المهنة و أنا اراهم يحاولون النماء و النهوض بمستواهم و محاولة الحصول على العملاء و محاولات الحصول على الصفقات و البيع ، أراهم بأم عيني يرتكبون الأخطاء دومًا و لكنني أعلم أن أفضل أسلوب للتعلم هنا هو المحاولة و الخطأ و التدريب الدؤوب.

لنرى ما يحدث عند بداية مشروع ما أو افتتاح مؤسسة ما هو العمل الدؤوب و التسويق المستمر المتكرر ، و نرى العمل يتم على أكمل وجه و لكن لا يتم الحصول على النتائج المرجوة و الحقيقة هى أن من يعمل بدون خبير فهو يسير فى الإتجاه الخطأ دومًا ، و من يظن أن التسويق هى حرفة سهلة فهو مخطئ.

و نرى كبار المسئولين فى حيرة دائمة ، و يقولون ربما العيب فى التصاميم أو ربما العيب فى رجال البيع و دائما ما تكون المشكلة بالنسبة لكبار المسئولين فى العنصر البشرى و يصفونه بالتقصير ، أنما يكمن العيب دومًا فى أسلوب البيع ، تبحث دومًا أى مؤسسة سواء كانت هادفة للربح أو غير هادفة للربح عن أقل تكلفة تسويقية بينما الطبيعي هو على العكس أنه لابد من أن يتم تكليف الحملة الإعلانية الإبتدائية لأى مشروع مهما كان صغيرًا بما يتناسب مع الإمكانيات المتاحة.

و التسويق ليس له طريقة واحدة و حتى التسويق الإلكتروني الذى صار الإختيار الأمثل للمبتدئين ليس له طريقة واحدة فقط ، و لكن غالبًا ما يمارسه هواة التسويق بطريقة واحدة و هى معروفة للناس كلها بل و صارت تمثل بالنسبة لهم مَلَلا و حتى المهتمين بالسلعة أو الموضوع اختبار التسويق يترددون كثيرًا قبل التفكير فى التقدم للسلعة المعروضة.

و نستعرض فى الجزء الثانى من المقالة لحرصنا على عدم ضياع المجهود و توفير الوقت و الجهدأساليب التسويق الإلكتروني الأخرى التى لا يلتفت إليها هواة التسويق من بداية العمل و بعض العناصر التى لا يتم أخذها بالإعتبار دون قصد من هواة التسويق و على عدم علم منهم بأهمية تلك العناصر.

جميع الحقوق محفوظة © مجلة المحاسب العربى