



حملات المناسبات

رحلة الخصم والحكم.. التسويق والمبيعات مقابل العميل

ماهي الدوافع النفسية التي توجه العميل للشراء؟

الدافع النفسي	ماذا يحدث داخل العميل؟
الانتماء الاجتماعي	رغبة في الظهور اللائق وتجنب الإحراج
المكافأة العاطفية	شعور بالاستحقاق بعد شهر من الانضباط
الروحانية والكرم	ارتفاع الحس الأخلاقي والعطاء
الندرة والفرصة	خوف من فوات العرض أو المقاس
ضغط الأطفال	رغبة في إسعاد الأبناء



الدافع النفسي	مجالات الشراء الأكثر تأثيراً	كيف نوجهه تسويقياً؟	كيف نفعله مبيعياً؟
الانتماء الاجتماعي	الملابس، العطور، الضيافة، الهدايا	رسائل تركز على "الظهور الراقى" و"اجعل حضورك مميزاً"	باقات جاهزة للزيارات - عروض عائلية
المكافأة العاطفية	الملابس، الإلكترونيات، الحلويات، الترفيه	محتوى يعزز فكرة "كافئ نفسك"	عروض نهاية الشهر - باقات احتفالية
الروحانية والكرم	الهدايا، السلال الغذائية، التبرعات، ملابس الأطفال	رسائل تربط المنتج بالقيمة والبركة	منتجات مجمعة للصدقة - خيار "تبرع مع الشراء"
الندرة والفرصة	كل السلع الموسمية	عدّ تنازلي - كمية محدودة - وقت محدود	تحفيز الإغلاق السريع - إبراز نقص المخزون
ضغط الأطفال	ملابس الأطفال، الألعاب	حملات موجهة للأهل عاطفياً	مناطق عرض خاصة بالأطفال - باقات عيد

دوافع نفسية إضافية...

العامل	التفسير النفسي
تغيير الروتين	التغيير يفتح نافذة سلوكية جديدة
تأثير الجماعة	الناس تشتري لأن الجميع يشتري
الأطفال	ضغط عاطفي إيجابي لشراء ملابس وهدايا
الطقوس	العيد له "بروتوكول شراء" شبه ثابت
الإعلان المكثف	يزيد الإيحاء الجمعي بالحاجة



نوع الدافع	الدافع النفسي	الأثر السلوكي	درجة الاندفاع	أفضل أسلوب تسويقي
اجتماعي	الانتماء والمكانة	شراء يحافظ على الصورة أمام العائلة	متوسط	رسائل الهيبة والظهور
اجتماعي	الطقوس والعادات	شراء متكرر سنوياً بنفس النمط	منخفض	تذكير موسمي مبكر
عاطفي	المكافأة الذاتية	شراء زائد عن الحاجة	مرتفع	خطاب "استحقاقك"
عاطفي	فرحة الأطفال	قرار سريع غير عقلائي	مرتفع جداً	مشاهد عاطفية مباشرة
عاطفي	الندرة والوقت	تسريع القرار	مرتفع	عد تنازلي وكمية محدودة

البعد	ماذا نفعل في موسم رمضان/العيد؟	أمثلة تطبيقية
S أصحاب المصلحة	تحديد الدافع المسيطر لكل فئة (أسرة - أطفال - شباب - ضيوف)	استهداف الأمهات بخطاب عاطفي - الشباب بخطاب مكافأة
E الأدوات	تجهيز أدوات تحفيز تناسب الدافع	باقات جاهزة - عد تنازلي - مناطق عرض خاصة
P العمليات	تشغيل خطة موسمية مبكرة	إدارة مخزون - تدريب فريق المبيعات على الإغلاق السريع
L القوانين والمعايير	ضبط العروض والسياسات لضمان الثقة	وضوح الخصومات - سياسة استرجاع واضحة

في المواسم لا تتحرك الأسواق فقط...

بل تتحرك النفس.

ومن يفهم الدافع... يستطيع أن يصمم الأدوات...

ومن يصمم الأدوات... يستطيع أن يضبط العمليات...

ومن يضبط العمليات... يحصد النتائج.

الفئة: المستخدم النهائي.

مثال في رمضان والعيد: الطفل الذي سيرتدي الملابس.

الدافع الغالب: الفرح والمتعة.



مثال:

في رمضان: الدوافع تبدأ روحانية << تتحول تدريجياً إلى

استهلاكية.

في العشر الأواخر: ينخفض الشراء غير الضروري.

يرتفع الإنفاق الخيري.

قبل العيد بـ 5 أيام: أعلى ذروة اندفاع عاطفي.

هذه "موجات نفسية موسمية".

الفئة: متخذ القرار.

مثال في رمضان والعيد: الأب الذي يدفع.

الدافع الغالب: الميزانية والقيمة.

الفئة: المؤثر على القرار.

مثال في رمضان والعيد: الأم التي تختار وتوصي.

الدافع الغالب: الصورة الاجتماعية والراحة.

