

## المحور الثاني : تنشيط المبيعات السياحية

### تعريف تنشيط المبيعات :

أفنى هذا المفهوم العديد من التعاريف ذكر منها :

- هو استراتيجي يركز على الأفعال التي تكون الهدف هو تحقيق تأثير مباشر على المستهلكين .

- مجموعة من الأدوات المحفزة والتي تصمم لأن يكون تأثيرها سريعاً وقصيراً الأمد لغرض الانسراع في تحقيق عملية شراء المنتجات من قبل المستهلك .

- مجموعة من التقنيات التي تحفز النمو السريع والمؤقت للمبيعات من خلال تخصيص ميزانية خاصة للموزعيني أو المستهلكين .

### أهداف تنشيط المبيعات :

- أهداف مرتبطة بالمبيعات (زيارة صحفها ، مواجهة

المناقشة ، زيادة القيمة السوقية ... الخ)

- أهداف متعلقة بالعلاء ( جذب عملاء جدد ، مكافأة

العلاء ، حد العلاء على حريب منتجات جديدة )

- أهداف متعلقة بالموزعيني (زيادة مستويات المخزون والدرهم)

### أهداف تنشيط المبيعات في القطاع السياحي :

- تحفيز وتشجيع السياح على الشراء .

- المحافظة على السياح الحاليين وحماية القيمة السوقية

- خدمة مقدمي الخدمات السياحية على نيل جهودهم أو غير

## أشكال تنشيط المبيعات في القطاع المصرفي

- عروض ترويجية للمستهلك
- عرض للوسطاء و تجار التجزئة
- عروض تجارية

## تفضيات تنشيط المبيعات

- الخصومات والأموال المستردة
- العمولة الكميائية
- العلاوات
- حزم المكافآت
- خصومات سعر
- القسائم
- الهدايا
- الطومولات

1- 2- 3- 4- 5- 6- 7- 8- 9- 10- 11- 12- 13- 14- 15- 16- 17- 18- 19- 20- 21- 22- 23- 24- 25- 26- 27- 28- 29- 30- 31- 32- 33- 34- 35- 36- 37- 38- 39- 40- 41- 42- 43- 44- 45- 46- 47- 48- 49- 50-