**زيادة عدد العملاء**

**قائمة المهام**

* تحليل العملاء: فهم خصائص واحتياجات مجموعة العملاء المستهدفة
* إذا كان العميل المستهدف هم المستهلكين؛

ما هو مستوى معرفتنا ب موضوع الديوغرافية ونمط الحياة وعادات التسوق وعادات استهلاك الوسائط؟ ما هي احتياجاتهم وتوقعاتهم التي لا يجدون إجابات لها؟

* إذا كان العميل المستهدف هم العملاء أماكن العمل / الشركات؛

ما هو مستوى معرفتنا بقضايا مثل مجالات النشاط، وعدد الموظفين، والقدرة، والموردين في القطاعات المماثلة التي نعمل معها، ومستوى الرضا؟ ما هي احتياجاتهم وتوقعاتهم التي لا يجدون إجابات لها؟

* خطة التسويق: وضع المزيج التسويقي لمجموعات العملاء ذات الصلة.
* المنتج (نطاق المنتج / التنوع والوزن، الشعار، التعبئة والتغليف، تحديد المواقع مقارنة بالمنافسين، النشاطات التي يجب القيام بها للترويج)
* التسعير (على أساس التكلفة / على أساس المنافس / التسعير على أساس الطلب)
* الأنشطة الترويجية (أنواع الترويج حسب قنوات البيع، الاتفاقيات الترويجية، التخطيط الزمني للعروض الترويجية)
* التوزيع والمبيعات (ماهي المناطق والقنوات، التوزيع المباشر / الموزع)
* تعزيز الاتصالات التسويقية: الوصول إلى فئات العملاء التي نستهدفها بالخطة التسويقية المعدة
* ما هي أدوات الاتصال التي يجب أن نستخدمها للوصول إلى عملائنا المستهدفين؟
* هل لدينا قاعدة بيانات للعملاء؟ هل عناوين البريد الإلكتروني وأرقام الهواتف والعناوين محدثة؟
* ما هي رسائل الاتصال التي سنستخدمها في أدوات الاتصال التسويقي المختلفة؟ ومن ناحية أخرى، كيف يمكننا الحفاظ على النزاهة التي تعكس علامتنا التجارية؟
* هل حددنا ترددات الاتصال من حيث أدوات الاتصال التسويقي المختلفة؟
* هل نحن على علم باجتماعات القطاع والمعارض والمؤتمرات والدورات التدريبية التي يتم تنظيمها لتطوير الأعمال والتواصل؟ هل خططنا لتلك التي سنحضرها؟