

عروض رمضان.. معادلة جذب الزبائن تحقيقاً للربح



تحقيق: منى البدوي

حركة نشطة تدب في أسواق مدينة العين مع قرب حلول شهر رمضان المبارك، خاصة في المتاجر المتخصصة ببيع المواد الغذائية والاستهلاكية، التي عادة ما ترتفع معدلات الإقبال عليها في الشهر الفضيل؛ لذا تسعى منافذ البيع من خلال وضع عبارة «عروض خاصة لرمضان» إلى جذب الزبائن

ما بين الإحياء بتخفيض السعر فليسات معدودة، والتخفيض الحقيقي، يبقى التاجر الرباح الأكبر، سواء من خلال تخفيض قيمة الربح في المنتج بنسبة عالية، وذلك على عدد قليل جداً من السلع، أو تخفيض محدود جداً أو مشروط بشراء نوعين من المنتج نفسه للحصول على قيمة تخفضية قد لا تتجاوز أحياناً الدرهم الواحد

خطة قصيرة

أكد الدكتور أحمد جمعة، متخصص في مجال التسويق والتسويق الرقمي وأستاذ مساعد بكلية الاتصال والإعلام

بجامعة العين للعلوم والتكنولوجيا، أن الترويج عبارة عن خطة قصيرة المدى لزيادة المبيعات، وعادة ما يختار التجار المواسم والمناسبات لتفعيل العروض الترويجية، مثل شهر رمضان المبارك والأعياد وغيرها.

وأضاف أن التاجر يهدف إلى تحقيق الأرباح، من خلال بيع كميات كبيرة من المنتجات؛ حيث إنه خلال فترة العرض الترويجي يقوم بالتنازل عن نسبة من الربح في كل منتج، ويتم تعويضه ببيع كميات كبيرة من المنتج نفسه، مثلاً على ذلك عند وضع منتج قيمة الربح فيه قبل العرض 30% وبعد العرض حدد قيمة ربحية تصل إلى 25% من هامش الربح أي أنه تنازل عن 5 % فقط، لكن يتم تعويض هذا الفارق خلال فترة العرض من خلال بيع كميات كبيرة، وهو ما سيبقيه في خانة تحقيق الأرباح.

وأشار إلى أن المستهلك يجب أن ينظر للعروض الترويجية بنظرة اقتصادية، من خلال الشراء وفقاً لحاجته للسلعة وبكميات تتناسب مع الاستخدام الفعلي لها، وهو ما يتطلب الوعي لضمان التقليل من هدر المال، أو شراء مواد غذائية قد لا يستطيع استخدامها خلال مدة صلاحيتها.

مدى الحاجة

ذكرت ريم خريس (ربة منزل)، أنه مما لا شك فيه أن العروض الترويجية تجتذبها عندما تتوجه لشراء احتياجات المنزل من مواد غذائية واستهلاكية وغيرها، إلا أنها تحرص على احتساب قيمة التخفيض في كل عرض يحتوي على عبوتين أو 3 مقابل التخفيض، وهو ما يفوق غالباً احتياجات أسرته، وإذا ما لاحظت أن القيمة ليست عالية على الفور تتوجه للأرفف لشراء علبة واحدة فقط حرصاً على عدم هدر المال.

أما رولا العمري (موظفة) فذكرت أن وعي المستهلك وقدرته على تحديد احتياجاته الفعلية، هو الحاجز الحقيقي الذي يحول دون تعرضه للاستغلال أو اقتناص النقود من الجيوب بشراء منتجات لمجرد وجودها على منضدة المنتجات التي يتضمنها العرض الترويجي، والتي أغلبيتها تلزم المستهلك بشراء عبوتين أو ثلاثة من المنتج نفسه للحصول على قيمة التخفيض، وهو ما يلجأ له بعض التجار لبيع أكبر قدر من المنتجات الموجودة في المخازن، وتحقيق نسب ربح عالية، ولفتت إلى أنها تحرص على تحديد احتياجاتها الفعلية، وتراعي عدم الإسراف خلال الشهر الفضيل، وشراء كميات كبيرة قد تضطر إلى وضعها بعد انتهاء الصلاحية في سلة المهملات.