



# استراتيجيات البيع الدبيث للأجيال القادمة

خصائص جوهرية للأجيال القادمة



تقديم استشاري رياادة الاعمال  
في الوطن العربي

مدحت ياسين

# الموضوعات الرئيسية للبرنامج

البيع في التواني الأولى  
(Short-Form Selling)

البيع القائم على الفهم العميق  
للسلاوك الرقمي



البيع القائم على  
الثقة والشفافية

البيع عبر المحتوى  
(Content-Driven Selling)



البيع عبر التجربة  
(Experiential Selling)



البيع عبر المجتمعات  
(Community-Based Selling)



البيع القائم على القيم والهوية  
(Value-Based Selling)

البيع المدعوم بالذكاء الاصطناعي



البيع عديم الاحتكاك  
(Zero-Friction Selling)

البيع عبر السوشيال كومرس والمُؤثرين  
(Social Commerce & Influencer-Driven Selling)

# استراتيجيات البيع الحديث للأجيال القادمة

فهم التحول السلوكـي من



تعيش الأجيال الجديدة في بيئة رقمية بحثة، تعتمد اعتماداً كلياً على البحث، مراجعات العملاء، التجارب المباشرة، وسمعة العلامة التجارية عبر الإنترنت (Social Proof) وهي أجيال لا تعرف عالماً بلا إنترنت، وتتخذ قراراتها بناءً على المعلومات الفورية لا على الدعاية التقليدية.

## **البيع القائم على الفهم العميق للسلوك الرقمي**

تغّير السلوك الشرائي نتيجة تسارع الإيقاع الرقمي. تعتمد قرارات الشراء اليوم على التحليل اللحظي (Real-Time Analytics) ولذا، أصبح فهم البيانات السلوكية حاجة أساسية لبناء استراتيجيات بيع دقيقة وفعالة

## **البيع في التوالي الأدولي SHORT-FORM SELLING**

تتمتع أجيال Z بمدى انتباه قصير للغاية؛ فالعميل يقرر الاهتمام خلال ثوانٍ معدودة. ويستلزم ذلك صياغة رسائل بيعيه مختصرة، جذابة، وذات تأثير مباشر قادر على جذب المتلقى فوراً.

## **البيع عبر التجربة EXPERIENTIAL SELLING**

لا يشتري العملاء الجدد منتجًا فحسب؛ بل يبحثون عن تجربة متكاملة قبل وأثناء وبعد الشراء. يشمل ذلك تجربة المستخدم، خدمة العملاء، المحتوى المساند، والانطباعات التي تصنعها العلامة التجارية في كل نقطة تماس.

## **البيع المدعوم بالذكاء الاصطناعي**

أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من عملية البيع الحديثة، من خلال التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للعميل، وتخصيص العروض Personalization ، وتحسين معدلات التحويل Conversion Rates بشكل كبير

## **البيع عبر المجتمعات COMMUNITY-BASED SELLING**

لم يعد الاعتماد على العلامة التجارية وددها كافياً. إذ تُظهر الأجيال الجديدة، وخاصة Alpha، ثقة أكبر بالمجتمعات الرقمية المرتبطة بالمنتج أو الخدمة. بناء مجتمع حقيقي حول العلامة التجارية أصبح عنصراً محورياً لزيادة الولاء والمبيعات

## **البيع القائم على القيمة والهوية VALUE-BASED SELLING**

تميل الأجيال الحديثة إلى اختيار العلامات التجارية ذات الرسالة الواضحة والقيم القوية، حتى وإن لم تكون الأرخص. الهوية والقيم أصبحت عاملًا مؤثراً في قرارات الشراء أكثر من السعر

## **البيع عبر السوشيال كومرس والمؤثرين**

يتزايد اعتماد العملاء على الشراء مباشرةً من منصات التواصل الاجتماعي، إضافةً إلى دور المؤثرين ومحظوظ المستخدمين (UGC) باعتبارهما مصادر ثقة أكبر من الإعلانات التقليدية.

## **البيع عديم الاحتكاك ZERO-FRICTION SELLING**

يتوقع الشباب رحلة شراء سهلة، سريعة، وخلالية من التعقيد. ويشمل ذلك:

- تسهيل الدفع.
- اختصار إجراءات اتخاذ القرار.
- خدمة فورية و توصيل سريع و مرن

# تفاصيل الفعالية

|                |                                      |
|----------------|--------------------------------------|
| التاريخ        | 22 ابريل 2026                        |
| مدة البرنامج   | يوم واحد                             |
| توقيت البرنامج | 9:00 ص حتى 6:00 م (كوفي بريك + غداء) |
| المكان         | أحد فنادق الخمس نجوم                 |
| اللغة          | ثنائية                               |
| السعر          | 150 د.ك                              |

**خصم خاص للمجموعات والتسجيل المبكر**

**SCAN  
ME!**



[gcc.com.kw](http://gcc.com.kw)

[mai@gcc.com.kw](mailto:mai@gcc.com.kw)

6906 9198