

استراتيجيات البيع الحديث للأجيال القادمة

خصائص جوهرية للأجيال القادمة



تقديم استشاري ريادة الأعمال
في الوطن العربي

مدحت ياسين

الموضوعات الرئيسية للبرنامج

البيع في الثواني الأولى
(Short-Form Selling)

البيع القائم على الفهم العميق
للسلوك 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

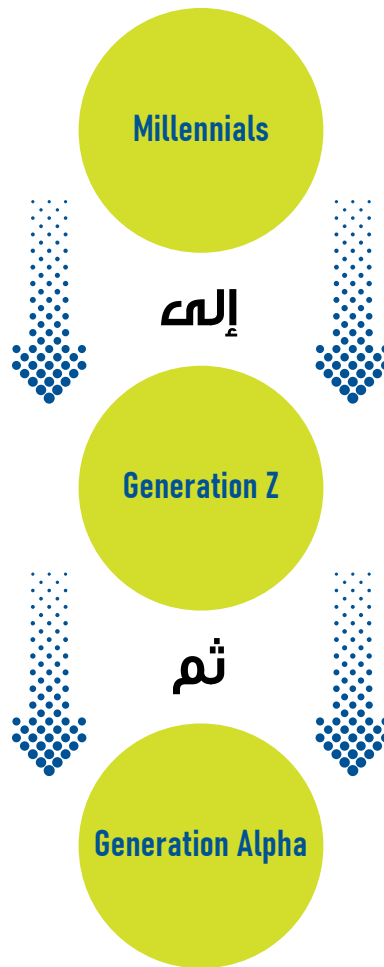


البيع عديم الاحتكاك
(Zero-Friction Selling)

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

استراتيجيات البيع الحديث للأجيال القادمة

فهم التحول السلوكي من



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

البيع القائم على الفهم العميق للسلوك الرقمي

تغيّر 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 وفعّالة

البيع في الثواني الأولى SHORT-FORM SELLING

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

البيع عبر التجربة EXPERIENTIAL SELLING

لا يشترى العملاء الجدد منتجاً 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 وحدها 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 القيم والهوية VALUE-BASED SELLING

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

البيع عبر السوشيال كومرس والمؤثرين

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

البيع عديم الاحتكاك ZERO-FRICTION SELLING

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

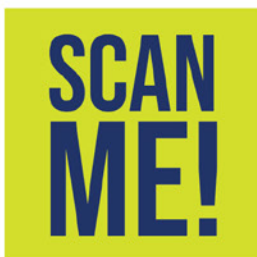
- تسهيل الدفع.
- اختصار إجراءات اتخاذ القرار.
- خدمة فورية و توصيل سريع ومرن

تفاصيل الفعالية

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

خصم خاص للمجموعات والتسجيل المبكر

GRAVITY BUSINESS ADVISORY



 gcc.com.kw

 mai@gcc.com.kw

 6906 9198