

قواعد التسعير

August 26, 2026

قواعد التسعير

التطبيقات > المبيعات > تهيئة تسعير-عروض أسعار

قواعد التسعير	اسم القاعدة	نوع القاعدة	نوع الخصم	تاريخ البداية	تاريخ النهاية	نشط	عدد مرات التطبيق
	Volume Discount (10+ items)	خصم على أساس الكمية	نسبة مئوية			☒	2

قواعد التسعير — المبيعات > تهيئة تسعير-عروض أسعار > قواعد التسعير

نظرة عامة

تُستخدم قواعد التسعير لتعريف خصومات وعروض أسعار تستهدف منتجات أو فئات منتجات أو عملاء محددين ضمن فترة زمنية أو حملة معينة. يستخدمها مندوب المبيعات لتطبيق عروض متسقة، كما يستخدمها مدير المالية لمراجعة أسلوب الخصم وحماية الهوامش، ومسؤول المبيعات لتنظيم الحملات والعروض الدورية. يتيح لك قائمة القواعد مراجعة القواعد المسجلة، وفتح إحصاءات القاعدة عند الحاجة إلى متابعة بياناتها.

الإعدادات

قبل استخدام قاعدة التسعير، حدّد من نموذج القاعدة نوع العرض ونطاقه بدقة. تتحكم الحقول التالية في كيفية تعريف القاعدة:

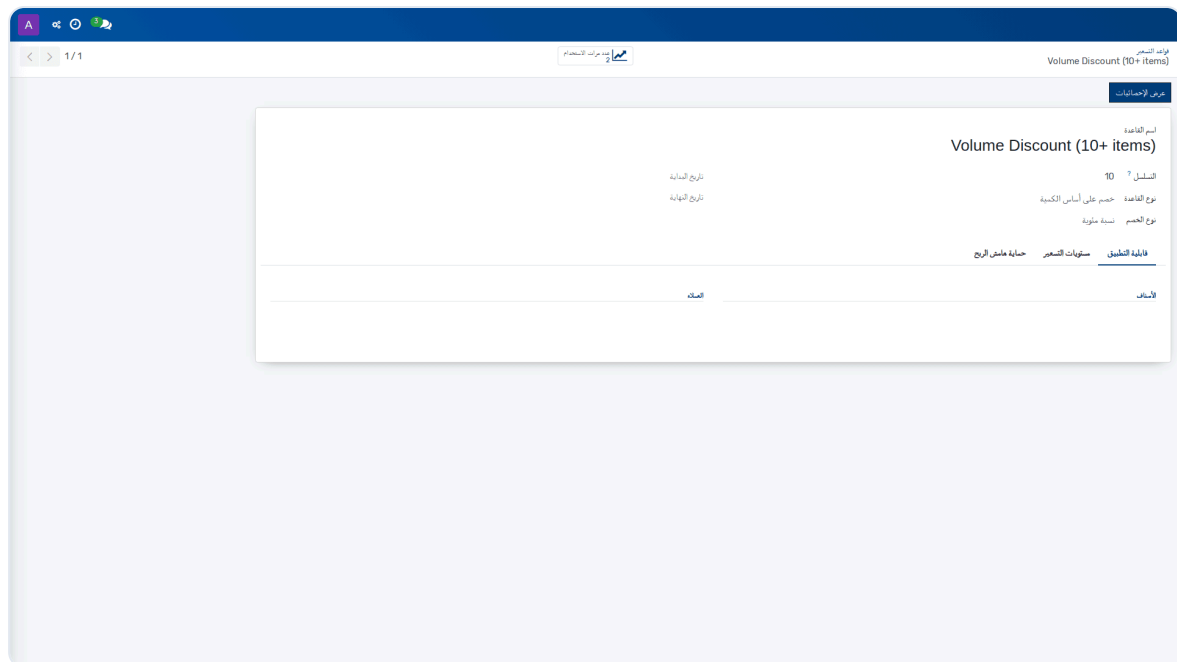
الحقل	الاستخدام
اسم القاعدة (Rule Name)	اسم مطلوب لتمييز القاعدة في قائمة قواعد التسعير.
نوع القاعدة (Rule Type)	يحدد طبيعة العرض، مثل الخصم المعتمد على الكمية أو تسعير شرائح العملاء أو العرض الزمني أو صفقة الشراء المتعدد.
نوع الخصم (Discount Type)	يحدد ما إذا كان التخفيض نسبة مئوية أو مبلغاً ثابتاً أو سعراً ثابتاً.
اسم النشرة / الحملة (Campaign / Flyer Name)	يجمع العروض المرتبطة ضمن حملة واحدة، مثل نشرة شهر فبراير.
وتاريخ الانتهاء (Start Date) وتاريخ البدء (End Date)	يحددان فترة سريان العرض.
كمية الشراء (Buy Quantity)	«عدد الوحدات المطلوب شراؤها، مثل 3 في عرض «3 مقابل 20».
السعر الإجمالي لحزمة الشراء المتعدد، مثل 20 في عرض «3 مقابل 20» (Multi-buy Total Price)	«السعر الإجمالي لحزمة الشراء المتعدد، مثل 20 في عرض «3 مقابل 20».
الأيام النشطة (Active Days)	أيام الأسبوع التي يعمل خلالها العرض. اتركه فارغاً ليكون العرض متاحاً في جميع الأيام.
والوقت إلى (Time From) والوقت من (Time To)	يحددان وقت سريان العرض بصيغة 24 ساعة: على سبيل المثال، 14.0 تعني 2:00 مساءً.
المنتجات (Products)	المنتجات المشمولة بالقاعدة. اتركه فارغاً لتشمل القاعدة جميع المنتجات.
فئات المنتجات (Product Categories)	فئات المنتجات المشمولة. اتركه فارغاً لتشمل القاعدة جميع الفئات.
العملاء (Customers)	العملاء المشمولون بالقاعدة. اتركه فارغاً لتشمل القاعدة جميع العملاء.
وسوم العملاء (Customer Tags)	وسوم العملاء المستهدفة بالقاعدة. اتركه فارغاً لتشمل القاعدة جميع الوسوم.
شرائح التسعير (Pricing Tiers)	نطاقات الكميات والخصومات الخاصة بها.

ملاحظة: ترك حقول النطاق، مثل المنتجات أو العملاء أو الأيام النشطة، فارغة يعني أن القاعدة لا تُقيّد بذلك النطاق وفقاً لوصف الحقل. راجع هذا القرار بعناية قبل استخدام قاعدة واسعة النطاق.

سير العمل

1. انتقل إلى المبيعات < تهيئة-تسعير-عروض أسعار > قواعد التسعير لمراجعة قائمة القواعد المسجلة.

استخدم القائمة للتحقق من أسماء القواعد وتعريف القاعدة التي تريد مراجعتها أو تعديل إعداداتها. ابدأ دائماً لتجنب العمل على قاعدة حملة أو خصم مشابهة (Rule Name) بمراجعة اسم القاعدة.



قواعد التسعير — المبيعات > تهيئة تسعير عروض أسعار > قواعد التسعير

عند إعداد قاعدة أو مراجعة قاعدة موجودة، افتح نموذج القاعدة وحدد القرار الأساسي: هل العرض يعتمد على كمية، أو شريحة عميل، أو وقت، أو حملة؟

المناسب (Rule Type) ثم اختر نوع القاعدة، (Rule Name) أدخل اسم القاعدة

- عندما يرتبط العرض بكمية مشتاة (Quantity-based Discount) اختر خصم حسب الكمية
- عندما يكون الاستهداف مبنياً على (Customer Segment Pricing) اختر تسعير شريحة العملاء عملاء أو وسوم عملاء
- عندما يتوقف سريان العرض على تاريخ أو (Time-based Promotion) اختر عرض ترويجي زمني وقت
- عندما يتعلق (Volume Discount (Multiple Products)) اختر خصم الحجم لمنتجات متعددة العرض بحجم شراء يشمل أكثر من منتج
- عندما تكون القاعدة موجهة إلى حماية الهامش (Margin Protection) اختر حماية الهامش
- عندما يكون السعر (Multi-buy Deal (e.g. 3 for \$20)) اختر صفقة شراء متعدد، مثل 3 مقابل 20 الإجمالي محددًا لمجموعة من الوحدات
- عندما يرتبط العرض (Day-of-Week) أو يوم من الأسبوع (Happy Hour) اختر ساعة التخفيضات بوقت أو أيام محددة
- لتنظيم العرض ضمن نشرة أو حملة (Weekly Campaign) أو حملة أسبوعية (Flyer) اختر نشرة

3. (Discount Type) حدّد طريقة المنفعة السعريّة باختيار نوع الخصم.

- إذا كان التخفيض نسبة من السعر (Percentage) اختر النسبة المئوية
- إذا كان التخفيض قيمة نقدية ثابتة (Fixed Amount) اختر المبلغ الثابت

◦ إذا كان العرض يحدد سعراً معيناً (**Fixed Price**) اختر السعر الثابت

والسعر الإجمالي للشراء (**Buy Quantity**) إذا كان العرض من نوع صفقة الشراء المتعدد، أدخل كمية الشراء على سبيل المثال، استخدم كمية شراء 3 وسعراً إجمالياً 20 لعرض «3». (**Multi-buy Total Price**) المتعدد 20 «مقابل».

4. قرر نطاق تطبيق القاعدة: هل تكون عامة أم مخصصة؟

- (**Products**) لتقييد العرض بمنتجات محددة، حدّد المنتجات
- (**Product Categories**) لتطبيقه على مجموعة أوسع من المنتجات، حدّد فئات المنتجات
- (**Customers**) لتخصيصه لعملاء بعينهم، حدّد العملاء
- (**Customer Tags**) لتوجيهه إلى مجموعة عملاء مصنفة، حدّد وسوم العملاء
- لتطبيقه دون قيد على أحد هذه النطاقات، اترك الحقل المقابل فارغاً وفقاً لوصفه

لتحديد نطاقات الكميات والخصومات (**Pricing Tiers**) عند اعتماد خصم حسب الكمية، عرّف شرائح التسعير المرتبطة بها.

فارغين (**Product Categories**) وفئات المنتجات (**Products**) تحذير: لا تترك حقلَي المنتجات إلا إذا كان المقصود فعلاً شمول جميع المنتجات أو جميع الفئات

5. قرر مدة سريان القاعدة وتنظيمها ضمن حملة عند الحاجة.

للعرض المحدد المدة. وللعروض المرتبطة (**End Date**) وتاريخ الانتهاء (**Start Date**) أدخل تاريخ البدء لتجميع العروض ذات الصلة (**Campaign / Flyer Name**) بحملة أو نشرة، أدخل الحملة / اسم النشرة

ثم أدخل الوقت من، (**Active Days**) إذا كان العرض يعمل في أيام أو ساعات محددة، حدّد الأيام النشطة بصيغة 24 ساعة. اترك الأيام النشطة فارغة إذا كان العرض متاحاً (**Time To**) والوقت إلى (**Time From**) في كل أيام الأسبوع.

6. من شاشة (**View Statistics**) لمراجعة البيانات الإحصائية المتاحة للقاعدة، استخدم إجراء عرض الإحصاءات. قواعد التسعير

استخدم هذه المراجعة عند مقارنة قواعد الحملة أو قبل تعديل قاعدة قائمة. لا تفترض أن قواعد متشابهة في الاسم لها النطاق أو الفترة الزمنية نفسيهما؛ راجع الحقول المحددة في النموذج أولاً.

أمثلة

لنفترض أن مسؤول المبيعات يريد إعداد عرض «3 مقابل 20» لمنتج محدد ضمن حملة نشرة فبراير، من الساعة 14:00 إلى 18:00 في أيام الجمعة والسبت.

1. عرض فبراير: 3 مقابل 20 (**Rule Name**): من قواعد التسعير، افتح نموذج القاعدة وأدخل في اسم القاعدة.
2. (**Multi-buy Deal (e.g. 3 for \$20)**) صفقة شراء متعدد، مثل 3 مقابل 20 (**Rule Type**): اختر في نوع القاعدة.

3. **(Fixed Price) السعر الثابت (Discount Type)** اختر في نوع الخصم.
4. **(Campaign / Flyer Name)** أدخل في الحملة / اسم النشرة . نشرة فبراير
5. **(Multi-buy Total Price)** وقيمة 20 في السعر الإجمالي للشراء المتعدد ، **(Buy Quantity)** أدخل قيمة 3 في كمية الشراء.
6. لا تترك هذا الحقل فارغاً لأن العرض غير مخصص لكل **(Products)** حدّد المنتج المشمول في المنتجات .المنتجات
7. **(End Date)** وتاريخ الانتهاء **(Start Date)** أدخل فترة الحملة في تاريخ البدء.
8. **(Time From)** ثم أدخل 14.0 في الوقت من ، **(Active Days)** حدّد الجمعة والسبت في الأيام النشطة .
(Time To) و18.0 في الوقت إلى
9. فارغين إذا كان العرض متاحاً لجميع **(Customer Tags)** ووسوم العملاء **(Customers)** اترك العملاء .العملاء ضمن نطاق المنتج والوقت المحددين
10. عند الحاجة إلى مراجعة البيانات **(View Statistics)** ارجع إلى قائمة القواعد، واستخدم عرض الإحصاءات .الإحصائية المتاحة للقاعدة

نصائح

نصيحة: استخدم اسماً يوضح الحملة والنطاق، مثل «خصم كمية فبراير — فئة المشروبات»، لتسهيل تمييز القاعدة من قائمة قواعد التسعير.

بصورة موحدة لجميع عروض الحملة **(Campaign / Flyer Name)** ملاحظة: استخدم الحملة / اسم النشرة .الواحدة حتى تبقى العروض المترابطة مجمعة تحت الاسم نفسه

تحذير: راجع التواريخ والأيام والأوقات معاً. فقاعدة لها فترة تاريخ صحيحة قد لا تعمل في اليوم أو الساعة .أو حقول الوقت مقيدة **(Active Days)** المتوقعة إذا كانت الأيام النشطة

استكشاف الأخطاء وإصلاحها

المشكلة	السبب المحتمل	الإجراء
العرض أوسع من المقصود.	أو فئات (Products) تُركت حقول المنتجات أو العملاء (Product Categories) المنتجات (Customer Tags) أو وسوم العملاء (Customers) فارغة.	راجع الحقول الفارغة وحدد المنتج أو الفئة أو العميل أو الوسم المطلوب لتقييد نطاق القاعدة

المشكلة	السبب المحتمل	الإجراء
عرض الشراء المتعدد لا يعكس صيغة العرض المقصودة.	لم تُدخل كمية الشراء أو السعر الإجمالي للحزمة بما يتوافق مع العرض.	والسعر (Buy Quantity) راجع كمية الشراء (Multi-buy Total Price) الإجمالي للشراء المتعدد وتأكد من توافقهما مع صيغة العرض، مثل 3 و 20.
العرض لا يتوافق مع وقت الحملة المخطط.	(Time) والوقت إلى (Time From) قيم الوقت من (To) أو الأيام النشطة لا تطابق الجدول المطلوب.	أدخل الوقت بصيغة 24 ساعة، وراجع الأيام النشطة (Active Days) : اتركها فارغة فقط إذا كان العرض مطلوباً في جميع الأيام.
يصعب العثور على قواعد حملة واحدة أو مقارنتها.	لم يُستخدم اسم حملة أو نشرة موحد.	أدخل قيمة متسقة في الحملة / اسم النشرة لجميع القواعد (Campaign / Flyer Name) التابعة للحملة نفسها.

روابط ذات صلة

- [قواعد التسعير — مرجع الحقول](#)
- [المبيعات — نظرة عامة](#)
- [المبيعات](#)
- [المبيعات — مسار التعلم](#)
- [متغيرات الصنف](#)
- [تعديلات الحسابات لكل مصنع](#)
- [العملاء](#)
- [جهات الاتصال](#)
- [الأصناف](#)
- [الأصناف](#)
- [قوائم الأسعار](#)
- [متغيرات الصنف](#)
- [طُرُق الشَّحن](#)
- [الإعدادات](#)
- [بروفائلات المبيعات](#)