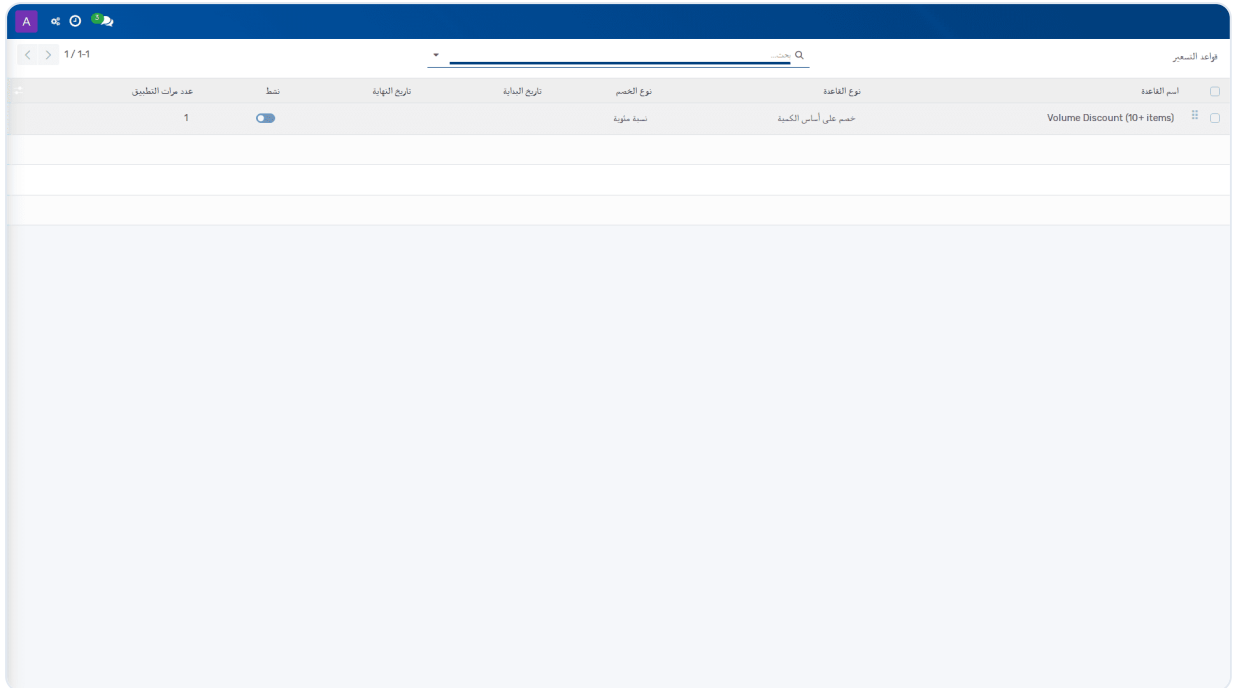


إعداد قواعد التسعير

September 10, 2026

إعداد قواعد التسعير

الإدارة > المبيعات



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

نظرة عامة

تساعدك **قواعد التسعير** على ضبط الخصومات والعروض والتسعير الخاص من مكان واحد، حتى تطبق سياسة الأسعار نفسها على العملاء والمنتجات والحملات الترويجية. بهذه الطريقة، تقلل التعديل اليدوي في كل عرض سعر وتضمن اتساق التسعير عبر فريق المبيعات.

تستخدم هذه الشاشة عندما تريد إعداد خصم حسب الكمية، أو عرضًا زمنيًا، أو تسعيرًا مرتبطًا بشريحة عملاء، أو حملة وهي مفيدة أيضًا إذا كنت بحاجة إلى حماية الهامش أو تعريف **Weekly Campaign** أو **Flyer** موسمية مثل **Multi-buy Deal 20** مقابل 3 "مثل".

قبل أن تبدأ، تأكد من أن لديك صلاحية الوصول إلى المبيعات > تهيئة-تسعير-عروض أسعار > قواعد التسعير، وأنك تعرف ما إذا كانت القاعدة ستنطبق على جميع المنتجات أو على منتجات وفئات وعملاء محددين.

الخطوات

1. افتح شاشة قواعد التسعير من المربع الجانبي.

ستظهر لك قائمة القواعد الحالية، ومنها تبدأ إضافة أو مراجعة الإعدادات.

2. راجع القاعدة المطلوبة أو افتح التفاصيل إن كانت موجودة في القائمة.

هنا نتحقق من الاسم، ونوع القاعدة، وحالتها قبل الاعتماد عليها في التسعير.

3. (Rule Type) ونوع القاعدة (Rule Name) اضبط حقل اسم القاعدة.

هذان الحقلان مطلوبان، وهما يحددان هوية القاعدة ومنطق تطبيقها.

4. (Discount Type) اختر نوع الخصم من حقل نوع الخصم.

يحدد هذا ما إذا كانت القاعدة ستستخدم نسبة مئوية أو مبلغًا ثابتًا أو سعرًا ثابتًا.

5. وتاريخ (Campaign / Flyer Name) املاً حقول الحملة أو العرض عند الحاجة، مثل اسم الحملة/النشرة (Start Date) (End Date) وتاريخ الانتهاء (Start Date) البدء.

استخدم هذه الحقول عندما تريد ربط القاعدة بحملة محددة أو فترة زمنية محددة.

6. (Product Categories) أو فئات المنتجات (Products) حدّد الجمهور أو النطاق باستخدام المنتجات (Pricing Tiers) أو شرائح التسعير (Customer Tags) أو وسوم العملاء (Customers) أو العملاء.

اترك الحقل فارغًا إذا أردت أن تنطبق القاعدة على الكل، وأدخله فقط إذا أردت تضيق نطاق التطبيق.

7. أو تعتمد على أيام أو وقت، فأكمل الحقول المناسبة مثل كمية Multi-buy Deal إذا كانت القاعدة من نوع (Active Days) والأيام النشطة (Multi-buy Total Price) وإجمالي سعر العرض (Buy Quantity) الشراء (Time To) وإلى (Time From) ومن (Days).

هذه الحقول تضبط متى يبدأ العرض ومتى ينتهي، وما الذي يجب شراؤه للحصول على السعر الخاص.

8. إذا أردت التحقق من (View Statistics) راجع ملخص القاعدة في القائمة، ثم استخدم عرض الإحصاءات. أثرها.

يساعدك هذا على فهم مدى استخدام القاعدة قبل تعميمها أو تعديلها لاحقًا.

نصائح

فارغة. هذا أوضح (Active Days) نصيحة: إذا أردت أن تعمل القاعدة طوال الأسبوع، فاترك الأيام النشطة من إدخال أيام متعددة يدويًا.

لتجميع العروض المرتبطة بالموسم (Campaign / Flyer Name) ملاحظة: استخدم اسم الحملة/النشرة نفسه، مثل حملة شهرية واحدة بدل إنشاء قواعد منفصلة بلا تسمية مشتركة.

الخطوات التالية والأسئلة الشائعة

بعد إعداد القواعد، راجع كيف تنعكس على عروض السعر وأوامر البيع في إعدادات المبيعات الأخرى، ثم اختبرها على شريحة صغيرة قبل تعميمها. إذا كانت القاعدة تعتمد على المنتجات أو العملاء، فتأكد من أن القوائم المرتبطة بها محدثة.

س: هل يمكنني ترك بعض الحقول فارغة؟

ج: نعم، بعض الحقول تسمح بالإبقاء عليها فارغة، مثل المنتجات أو فئات المنتجات أو العملاء أو وسوم العملاء، إذا أردت أن تنطبق القاعدة على الجميع.

س: متى أستخدم نوع الخصم بنسبة مئوية؟

ج: استخدمه عندما تريد تخفيضًا نسبيًا، وليس سعرًا ثابتًا أو مبلغًا ثابتًا.

س: ماذا أفعل إذا كانت القاعدة موسمية؟

ج: اربطها باسم حملة واضح، وحدد تاريخ البدء وتاريخ الانتهاء حتى تنتهي تلقائيًا في الوقت الصحيح.

روابط ذات صلة

- إعداد قنوات البيع
- إعداد المبيعات
- المبيعات — مسار التعلم
- متغيرات الصنف
- إعداد فئات الأصناف
- العملاء
- إعداد علامات تصنيف جهة الاتصال
- إعداد خطط النشاط
- إعداد بروفيلات المبيعات
- إعداد مصادر التنفيذ
- إعداد طُرُق الشحن