



الاسم : شيماء أحمد قصاب

الرقم الأكاديمي: 241001834

المادة: حالات دراسية في التسويق الرقمي

الكود: MKT323



في هذا الواجب قمت بالاطلاع على منصة Prisync، وهي منصة تساعد المتاجر الإلكترونية على متابعة أسعار المنافسين وتعديل أسعار المنتجات بطريقة ذكية، مما يساعد على زيادة المبيعات والمحافظة على الأرباح.

أولاً: إنشاء حساب تجريبي

في البداية ندخل إلى موقع Prisync ونختار Start Free Trial، ثم نقوم بإدخال البريد الإلكتروني وبعض البيانات الأساسية لإنشاء حساب تجريبي بعد تسجيل الدخول تظهر لنا لوحة التحكم الخاصة بالمنصة.

ثانياً: إضافة المنتجات

بعد الدخول إلى لوحة التحكم نضيف المنتجات التي نريد متابعتها، سواء بإدخالها يدوياً أو عن طريق رفع ملف يحتوي على المنتجات. بعد ذلك نحدد المتاجر المنافسة التي تباع نفس المنتجات حتى تبدأ المنصة في مراقبة أسعارها.

ثالثاً: متابعة الأسعار

بعد إضافة المنتجات والمنافسين تقوم المنصة بعرض أسعار المنافسين بشكل مستمر، وتوضح إذا ارتفع السعر أو انخفض، كما تعرض أقل سعر وأعلى سعر ومتوسط الأسعار، وهذا يساعد صاحب المتجر على اتخاذ قرار مناسب بشأن التسعير.

رابعاً: إنشاء قواعد التسعير (Pricing Rules)

من أهم مميزات Prisync إمكانية إنشاء قواعد لتغيير الأسعار تلقائياً، ومن الأمثلة على ذلك:

1/ إذا كان سعر المنافس أقل من سعري، يتم تخفيض سعر المنتج ليصبح أقل منه بمقدار ريالين.

2/ إذا انخفض السعر إلى الحد الأدنى الذي حددته مسبقاً، فلن تقوم المنصة بتخفيضه أكثر حتى لا أخسر.

3/ إذا نفذ المنتج عند المنافس، يمكن رفع سعر المنتج بنسبة بسيطة للاستفادة من زيادة الطلب.

خطوات إنشاء قواعد التسعير (Pricing Rules):

١/ تسجيل الدخول إلى حساب Prisync والدخول إلى لوحة التحكم.

٢/ اختيار قسم Pricing Rules ثم الضغط على Create Rule.

٣/ تحديد المنتجات واختيار الشرط، مثل: إذا كان سعر المنافس أقل من سعري.

٤/ تحديد الإجراء، مثل: تخفيض السعر ليصبح أقل من المنافس بريالين، مع تعيين الحد الأدنى للسعر.

٥/ حفظ القاعدة، لتقوم المنصة بتعديل الأسعار تلقائياً عند تحقق الشرط.

مثال بسيط

لو كان سعر منتجي ٢٥ ريالاً، وأقل سعر عند أحد المنافسين ٢٤ ريالاً، وكانت القاعدة أن يكون سعري أقل من المنافس بريالين، فإن المنصة ستجعل السعر ٢٣٨ ريالاً بشكل تلقائي.

الخاتمة:

يعد Prisync من أفضل حلول التسعير الديناميكي للمتاجر الإلكترونية، حيث يساعد على مراقبة أسعار المنافسين بشكل مستمر، وإنشاء قواعد تسعير ذكية، وتعديل الأسعار تلقائياً بما يحقق التوازن بين زيادة المبيعات والمحافظة على الأرباح. لذلك يُستخدم على نطاق واسع من قبل المتاجر الإلكترونية التي ترغب في تحسين قدرتها التنافسية واتخاذ قرارات تسعيرية مبنية على بيانات دقيقة.

