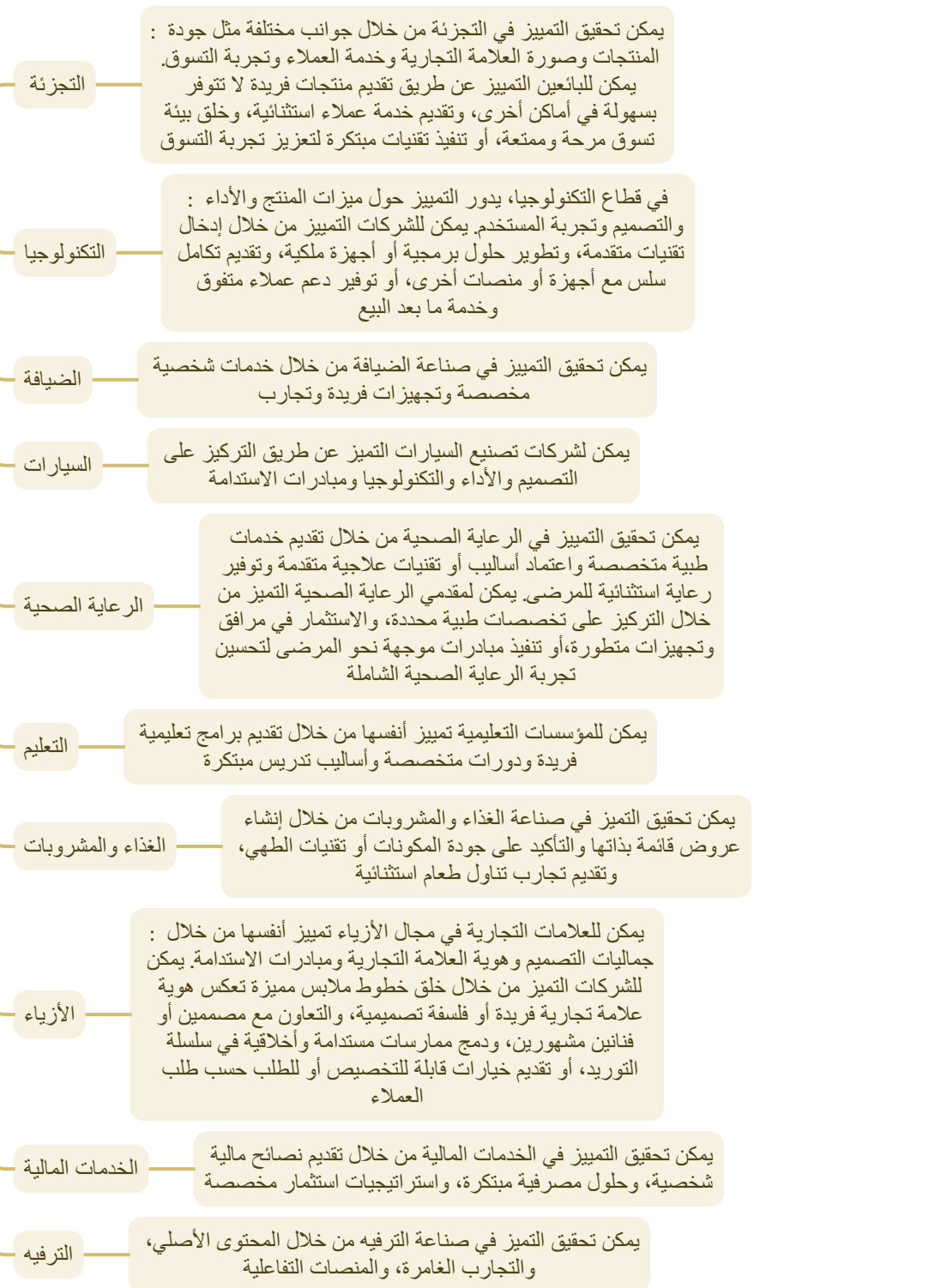


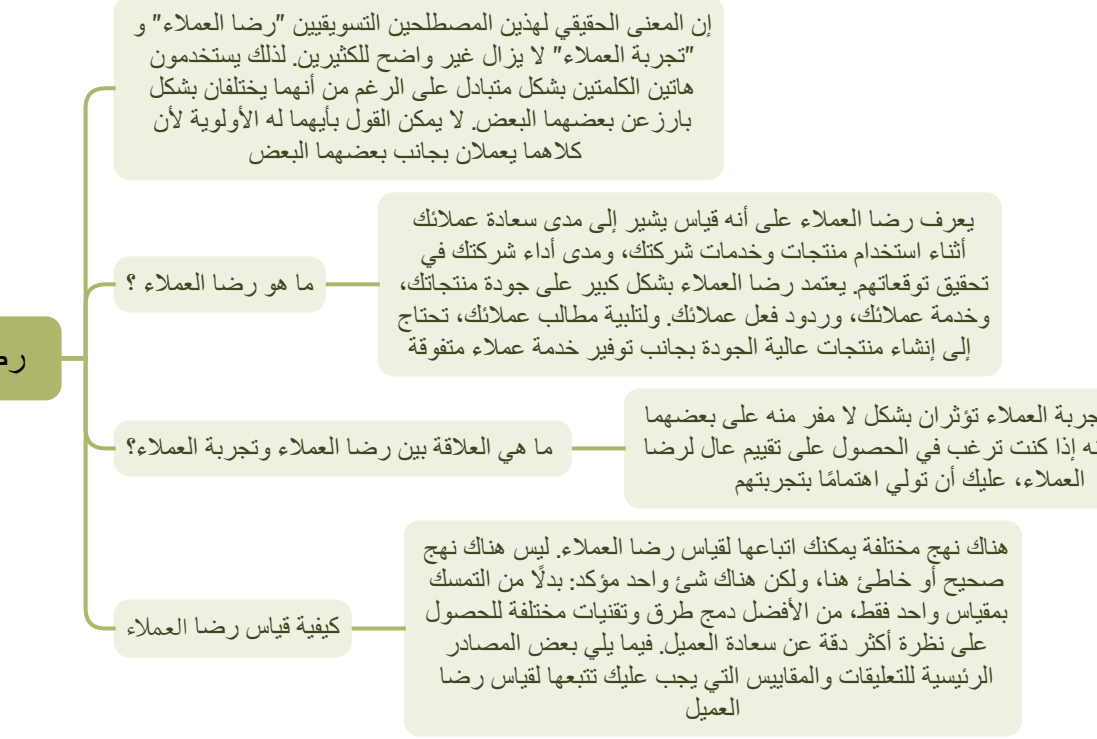
بيع المزايا العاطفية للمنتجات



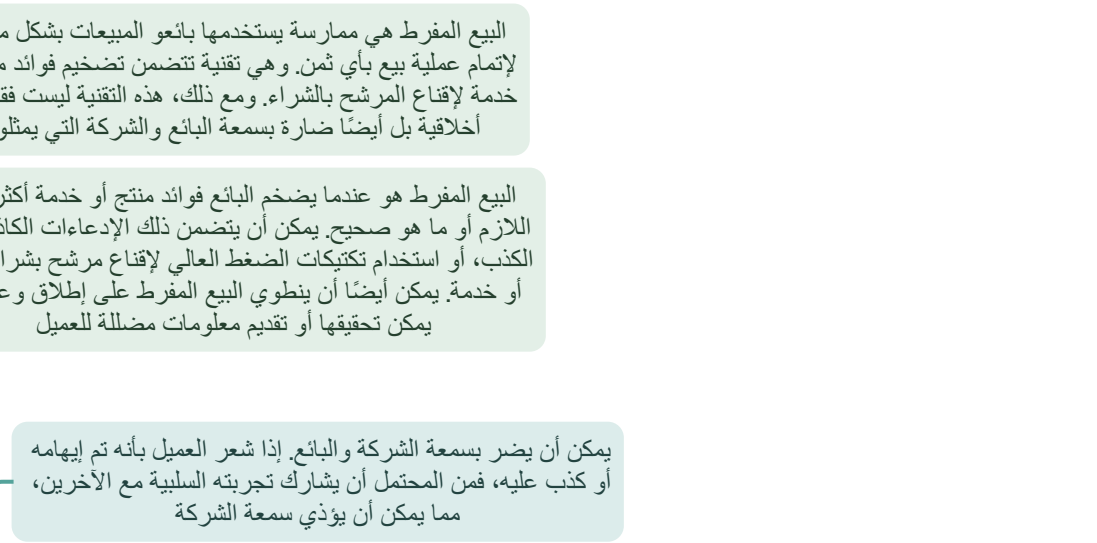
تقسيم شرائح العملاء



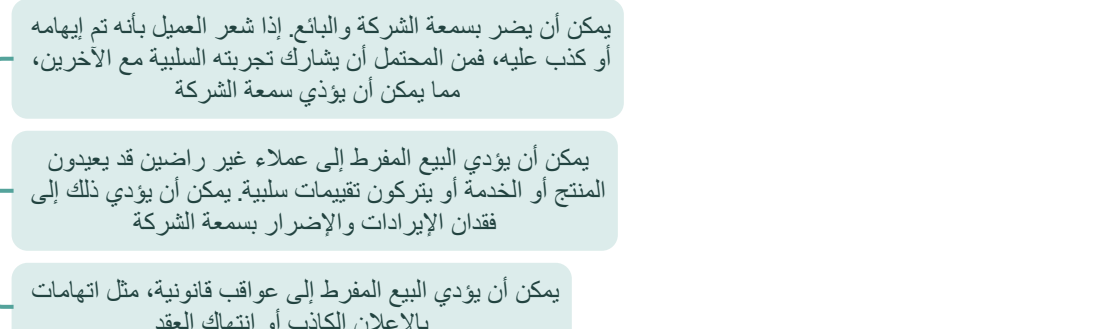
رضا العملاء وتجربة العملاء



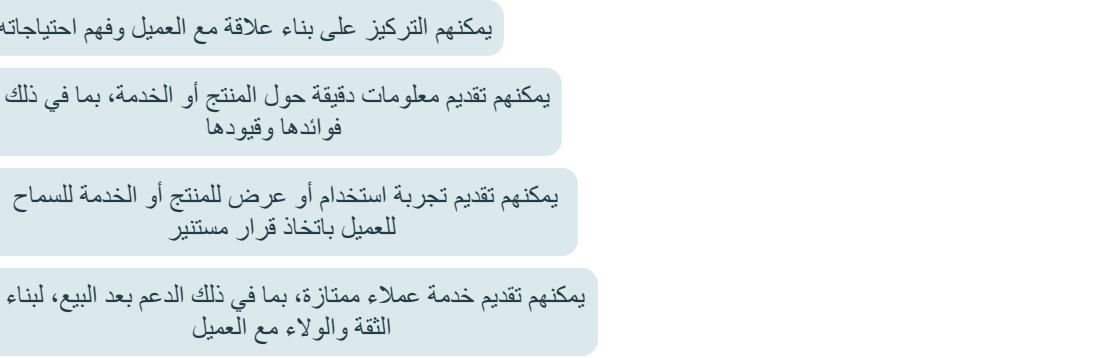
البيع المفرط



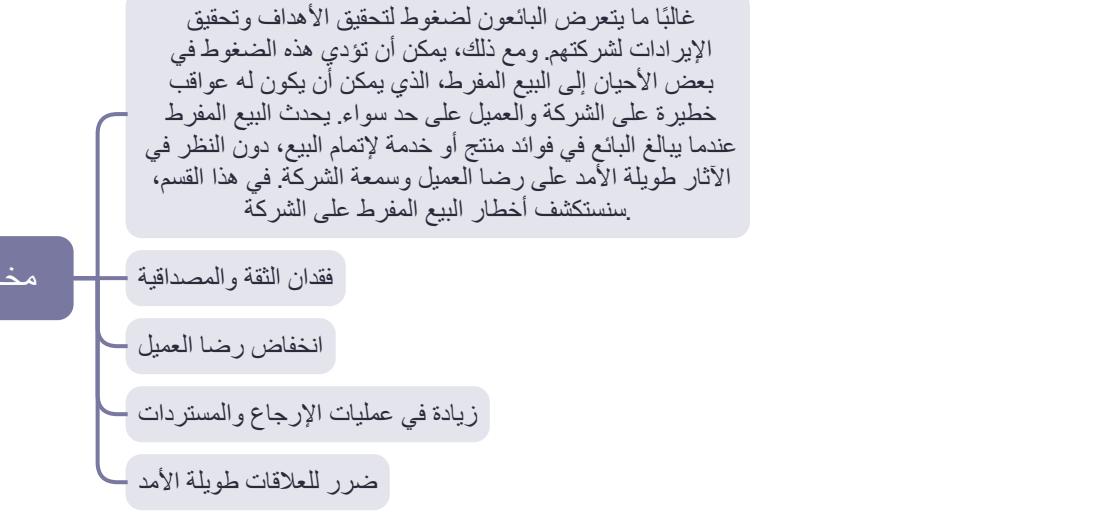
مخاطر البيع المفرط



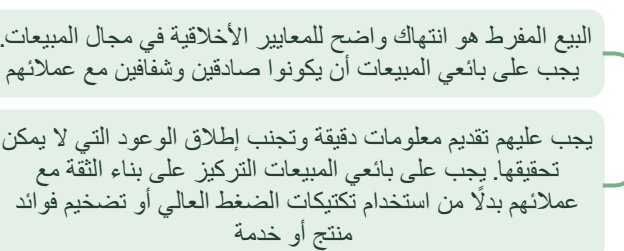
بدائل للبيع المفرط



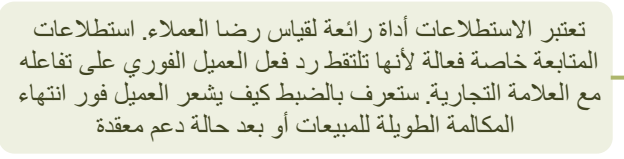
مخاطر البيع المفرط - الشركة



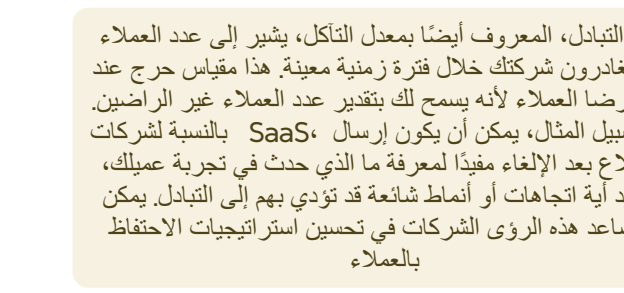
الاعتبارات الأخلاقية



استطلاعات المتابعة



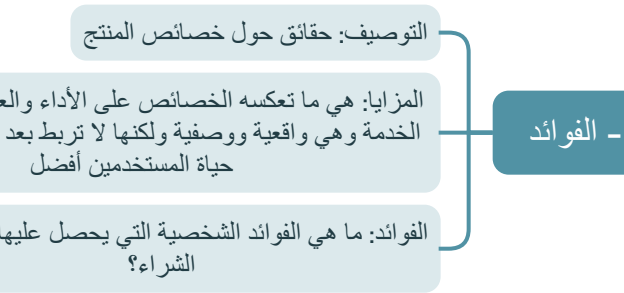
معدل التبادل



مؤشر جهد العميل



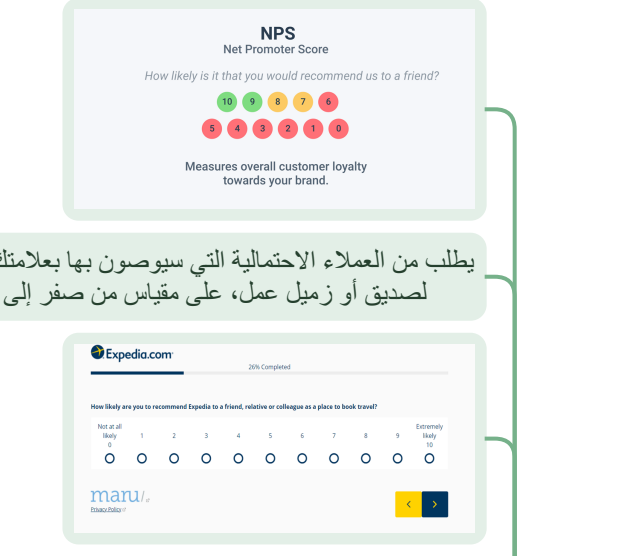
نموذج التوصيف - المزايا - الفوائد



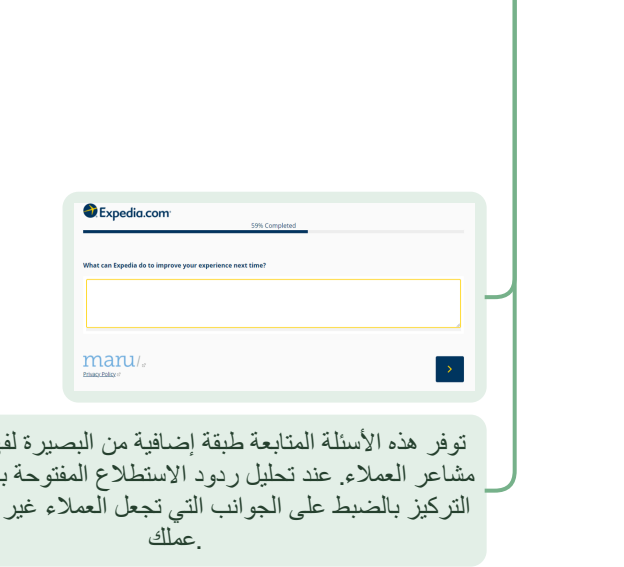
مخاطر البيع المفرط - العميل



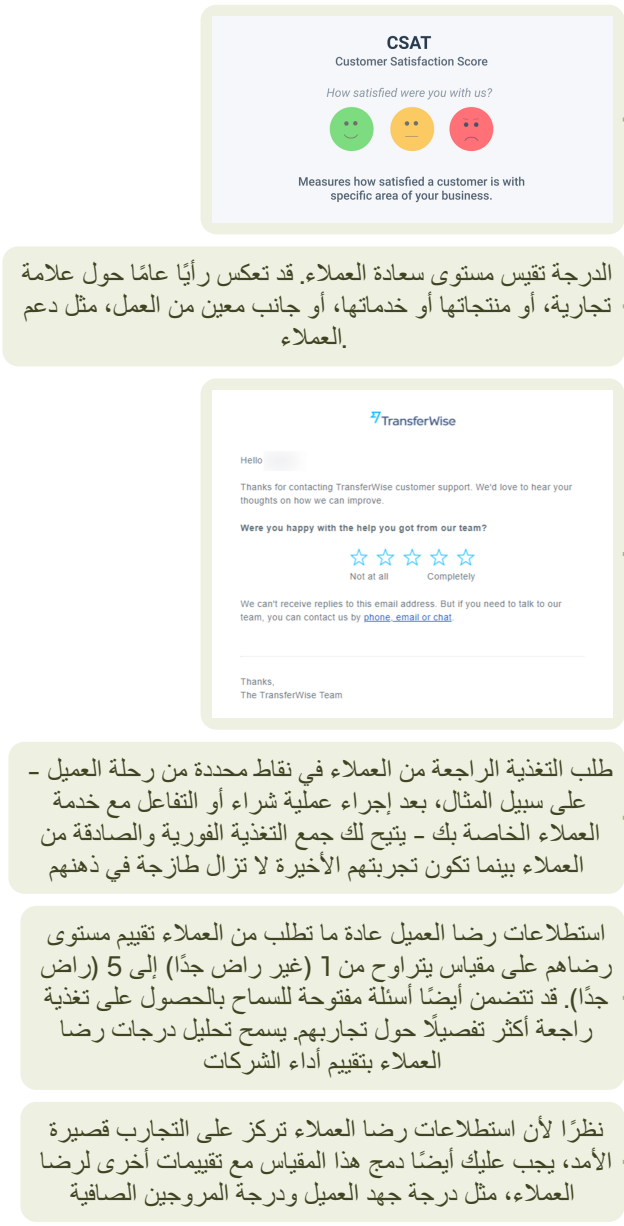
مؤشر النقاط الترويجية الصافية



مؤشر رضا العميل



مؤشر رضا العميل



مخاطر البيع المفرط - البائع

