

## الدرس العاشر: التسويق ١

## موضوعات الدرس:

- ## تمهید

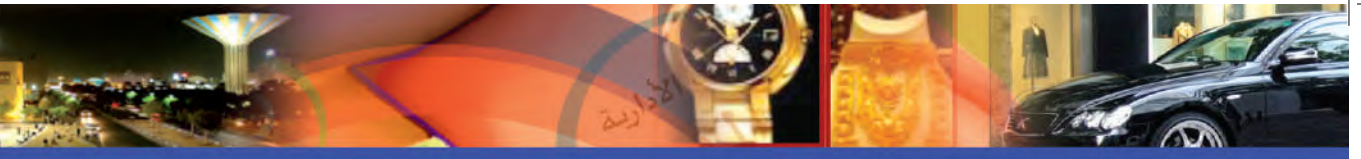
سهل: وعليكم السلام ورحمة الله وبركاته... من معي؟

1 ما وظيفة الشخص الذي اتصل بسهل؟

2  ما الأسلوب الذي استخدمه لبيع سلعته على سهل؟

3 هل مرت عليك تجربة تسويقية تشابه ما مر به سهل؟ دون تلك التجربة.

- (195)



## العرض

تُعدُّ مهنة مندوب المبيعات من المهن التي انتشرت بشكل ملحوظ في جميع أنحاء العالم، وذلك لزيادة الإنتاج من السلع والخدمات، وتوسع التجارة الدولية، وتعدد الخيارات أمام المشتري، مما أوجد جواً من المنافسة في هذا المجال، وأصبح هناك العديد من البائعين المشهورين، والذين استطاعوا أن يكونوا ثروات ضخمة من خلال عملية تسويق المبيعات.

### مميزات مهنة مندوب المبيعات:

تتميز مهنة مندوب المبيعات بالعديد من المزايا لعل من أهمها:

#### ١- فرصة نمو الدخل:

تشير العديد من الدراسات إلى أن متوسط دخل الفرد في مهنة مندوب المبيعات يكون أقل من المهن الأخرى في البداية، ولكن فرصة نمو الدخل تكون أعلى، وخاصة بعد ثلاث إلى خمس سنوات.

#### ٢- فرصة البروز السريع:

عادة ما يتطلب البروز في مهنة معينة، تراكم كم هائل من الخبرات، ومرور سنوات طويلة، ولكن الأمر مختلف في مهنة مندوب المبيعات، حيث أن الصفات الشخصية والرغبة الصادقة لدى البائع تعطي فرصة أكبر في البروز السريع.

#### ٣- حرية العمل والمراقبة الذاتية:

قلما ترتبط مهنة مندوب المبيعات بالعمل المكتبي، فالعمل في غالبه ميداني، مما يمنح البائع مزيداً من الحرية في اختيار ساعات الدوام.

#### ٤- التجدد والتحدي:

مهنة مندوب المبيعات مهنة حيوية متجددة، يواجه البائع فيها ظروفاً مختلفة في كل يوم، وهي مهنة مليئة بالتحدي، حيث يعمل البائع دوماً على الفوز بعميل جديد، والمحافظة على عميل حالٍ.

#### ٥- التنمية الذاتية:

يتطلب العمل في مهنة مندوب المبيعات التنمية الذاتية المستمرة؛ ليكون البائع قادراً على إقناع العملاء بالمنتجات التي يبيعها، وتشتمل التنمية الذاتية على تطوير القدرات الذهنية والمعرفية، والإلمام بالمعارف العامة من اقتصاد وسياسة واجتماع وغير ذلك.



## خطوات العملية البيعية

تعرف خطوات العملية البيعية على أنها :

سلسلة من النشاطات التي يقوم بها البائع تبعاً ليدفع من خلالها العميل ليعقد معه صفقة البيع ، وبعد ذلك يتأكد من أن العميل راضٍ عما اشتراه .

وتختلف كتب التسويق والبيع في تحديد خطوات العملية البيعية، ولكن يتفق معظمها على الخطوات الآتية :

- ١- البحث عن العملاء المرتقبين "البحث عن العملاء الذين يحتمل شراؤهم للمنتج أو الخدمة".
- ٢- الإعداد للمقابلة البيعية "التحضير والتخطيط لمقابلة العميل".
- ٣- المقابلة البيعية "كيفية عرض المنتج على العميل وتعريفه به، وإقناعه ليشتره".
- ٤- الرد على الاستفسارات والاعتراضات "من ناحية السعر أو الجودة أو غير ذلك".
- ٥- إنهاء صفقة البيع "الطرق المستخدمة لإنهاء الصفقة مع العميل".
- ٦- المتابعة وخدمة ما بعد البيع "أهمية وكيفية متابعة رضا العميل بعد الشراء".

### أهم الفوائد التي يجنيها البائع من اتباعه الخطوات السابقة:

- توفير الوقت والجهد للعملية البيعية.
- تنظيم أفكار البائع للوصول للمشتري بشكل علمي مناسب.
- قدرة إدارة الشركة على متابعة عمل البائع ومراجعته.

## الخطوة الأولى: البحث عن العملاء المرتقبين

تعدُّ عملية البحث عن العملاء المرتقبين اللبنة الأولى والأساسية في العملية البيعية، وأي خطأ يحدث في هذه الخطوة قد يترتب عليها نتائج غير مرضية للبائع.

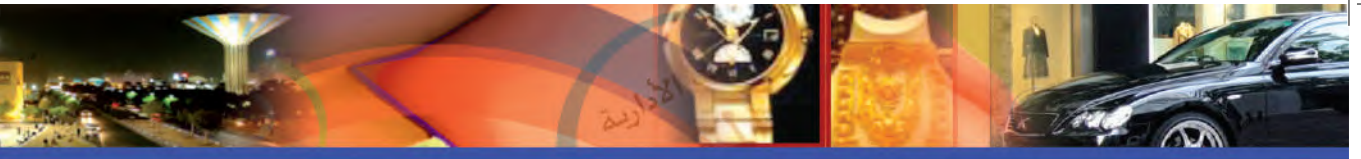
### من هم العملاء المرتقبون؟

العملاء المرتقبون هم : مجموعة من الأفراد أو المنظمات، المتوقع شراؤهم لمنتجاتك .

فلو كنت تنوي بيع معدات طبية، فالعملاء المرتقبون لهذه المعدات هم : المستشفيات الحكومية والخاصة والمستوصفات وعيادات الأسنان ... إلخ، أما إذا كنت تنوي بيع ألعاب أطفال مثلاً، فالعملاء المرتقبون هنا يختلفون، وقد يشملون الأطفال أنفسهم، ومحلات ألعاب الأطفال، ورياض الأطفال ... إلخ.







## المعايير التي يجب أن تتوافر في العميل المرتقب

قبل أن نذكر أهم مصادر المعلومات عن العملاء المرتقبين، يجب أن نعرف أن هناك معايير يجب توافرها في العميل ليكون عميلاً مرتقباً وهي:

- ➔ أن يكون العميل مخولاً للشراء، ففي بعض الأحيان - وخصوصاً في مشتريات الشركات - يكون المشتري وهو ( مدير المشتريات ) ليس مخولاً بالشراء، بل صاحب القرار في ذلك هو إدارة الشركة.
- ➔ أن يكون المشتري ذا قدرة مالية على الشراء، ورغبة وحاجة للمنتج، وذلك في الوقت الذي يعرض فيه البائع بضاعته.

## أهم مصادر المعلومات عن العملاء المرتقبين:

نصيحة تسويقية  
تعرف على عميلك جيداً  
( اسمه، رغباته، شخصيته، عاداته الشرائية، ثقافته )

- ١- الأدلة التجارية.
- ٢- زملاء العمل.
- ٣- العملاء الحاليين للشركة.
- ٤- المعارض التجارية.
- ٥- الجمعيات المهنية المتخصصة في الحقول المختلفة.
- ٦- استفسارات العملاء عبر الهاتف أو البريد أو الإنترنت.
- ٧- الصحف والمجلات.

## الخطوة الثانية: الإعداد للمقابلة البيعية

يقصد بالإعداد للمقابلة البيعية: جميع التحضيرات والخطط التي تسبق مقابلة العميل. وتبرز أهمية الإعداد الجيد للمقابلة البيعية في أنه:

- ١- يبرز مدى جدية البائع وحرصه على تلبية رغبات العملاء.
- وبالتالي يؤثر ذلك في انطباع العملاء ونظرتهم تجاه البائع والشركة.
- ٢- يعزز من احتمالية تحقيق الأهداف البيعية المنشودة.
- ويقلل من نسبة الأخطاء مع العميل أثناء المقابلة البيعية.
- ٣- يمكن البائع من الحصول على المعلومات اللازمة.

وكما يقال؛ فإن المعلومة قوة، وكلما امتلك البائع المعلومات الضرورية عن العميل كان أقدر على تحقيق رغبات العميل وإرضائه.



## أهم عناصر عملية الإعداد للمقابلة البيعية

### ١- تحديد الأهداف من المقابلة البيعية:

العنصر الأول في عملية الإعداد للمقابلة البيعية، هو تحديد الهدف من المقابلة البيعية، ويجب أن يكون الهدف دقيقاً، ومحددًا بإطار زمني محدد، ويمكن قياسه، وأن يكون طموحاً وواقعياً وليس تعجيزياً.

### ٢- البحث عن المعلومات اللازمة:

بعد تحديد الهدف البيعي، يبدأ البائع الجيد بالبحث عن المعلومات الضرورية لجعل المقابلة البيعية فعالة وثمررة، وعلى البائع أن يبحث عن معلومات حول العميل، والمنتجات التي يستخدمها، وقوته الشرائية، ومصادقته في عملية الدفع، وحجم مشترياته... إلخ.

### ٣. تطوير خطة للمقابلة البيعية:

وتشتمل خطة المقابلة البيعية على الآتي:

➔ إعطاء المشتري الأسباب الكافية بأن يقرر الشراء منك، وهذا يتطلب فهماً دقيقاً لرغبات وحاجات العميل التفصيلية.

➔ إبراز أهم الصفات التي يتميز بها منتجك عن باقي المنتجات المنافسة، وأنه يلبي رغبات العميل أكثر من غيره.

➔ تطوير العرض الشرائي الذي يشتمل على الكميات والأسعار، وتجهيزه في حال وافق المشتري على الشراء (وتجهيز العقود إن كان الأمر يتطلب ذلك).

### ٤. تحديد موعد لمقابلة العميل:

عند تحديد موعد مقابلة العميل يجب على البائع مراعاة الأمور الآتية:

➔ معرفة اسم ولقب المشتري المرتقب.

➔ الاتصال في وقت مناسب، وتجنب أوقات الصلوات، وأوقات تناول

الوجبات الغذائية الأساسية، وأوقات الراحة.

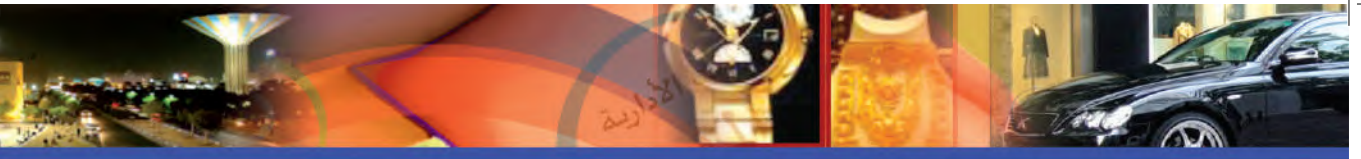
➔ محاولة الاتصال بسكرتير المشتري أو من ينوب عنه (إن وجد)

لمعرفة الوقت المناسب لإجراء المقابلة البيعية.

➔ إعطاء المشتري المرتقب أو من ينوب عنه نبذة عما يريد البائع

الحديث حوله أثناء المقابلة البيعية.





## التقويم



أجب عن الأسئلة الآتية:

١ - ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (X) أمام العبارة غير الصحيحة فيما يأتي:

- ١ إن اهتمام البائع بالمقابلة البيعية يعطي انطباعاً جيداً عنه، وعن الشركة التي يعمل بها. (✓)
- ٢ من المعايير الواجب توافرها في العميل المرتقب قدرته على الشراء. (✓)
- ٣ الإعداد للمقابلة البيعية هي الخطوة الأولى من خطوات العملية البيعية. (✓)
- ٤ يجب أن لا يقوم البائع خلال الاتصال لتحديد موعد المقابلة، بإعطاء أي معلومات عن المنتج. (X)
- ٥ يقصد بالعملاء المرتقبين، العملاء الذين قاموا بشراء المنتج الذي يتم بتسويقه. (X)

٢ - املا كل فراغ من الفراغات الآتية بما يناسبها:

العملاء المرتقبين لهذه المنتجات	السلع والخدمات	
طلاب المدارس والجامعات	التعليم	١
التسليم	أواني الطبخ والأدوات المساعدة لها	٢
مرضى السكر	علاج الأنسولين	٣
أصحاب الفلل الكبيرة	صيانة المسابح وتنظيفها	٤
الأشخاص الذين يعانون من البدانة	الأجهزة الرياضية	٥

٣ - اربط كل عبارة في القائمة الأولى بما يناسبها من القائمة الثانية (بوضع الرقم المناسب أمام القائمة الثانية):

١ مصادر المعلومات عن العملاء المرتقبين	٥ تنظيم أفكار البائع
٢ الإعداد الجيد للمقابلة البيعية	٣ البنية الأساسية في العملية البيعية
٣ البحث عن العملاء المرتقبين	٤ تحديد الأهداف من المقابلة البيعية
٤ الخطوة الأولى في عملية الإعداد للمقابلة	١ الجمعيات المهنية المتخصصة
٥ فوائد اتباع خطوات العملية البيعية	٢ يبين حرص البائع على تلبية رغبات العملاء