



الوحدة الثالثة

الدرس الثاني عشر: التسويق ٣

موضوعات الدرس:

- مفهوم الاعتراض وأسبابه .
- أهم أساليب الرد على اعتراضات العميل .
- المواعيد الملائمة لإقفال البيع .
- إقفال البيع (إنهاء صفقة البيع) .
- أهمية متابعة العميل .
- أهمية خدمة ما بعد البيع .

الهدف من هذا الدرس هو أن:

- تُعرّف مفهوم الاعتراض .
- تذكر بعض أسباب اعتراض العميل .
- تشرح أساليب الرد على اعتراضات العميل .
- توضّح المواعيد الملائمة لإقفال البيع .
- تشرح إقفال البيع (إنهاء صفقة البيع) .
- تُحدّد أهمية المتابعة مع العميل .
- تشرح أهم جوانب خدمة ما بعد البيع .

تمهيد

قابل مدير التسويق أحد رجال البيع الجدد بالشركة، ودار بينهما الحديث الآتي :

مدير التسويق: لقد أخفقت يا أحمد حتى الآن في إتمام العديد من العمليات البيعية خلال مقابلاتك مع العملاء خلال الشهر الماضي...! فما المشكلة؟

أحمد: لقد كان السبب الرئيسي في فشل كثير من صفقاتي اعتراض كثير من العملاء على المنتج الذي نقوم بتسويقه، وبأكثر من طريقة؛ مما يجعلني أتضايق من موقفهم، وتأخذ المكافحة طريقها للفشل .

مدير التسويق: لا يا أحمد... اعتراض العملاء ظاهرة عادية وصحية في عملنا، ولا تستلزم الضيق، بل على العكس، يمكن أن نستفيد منها، ولكن عليك أولاً التدرب على أساليب الرد على هذه الاعتراضات .

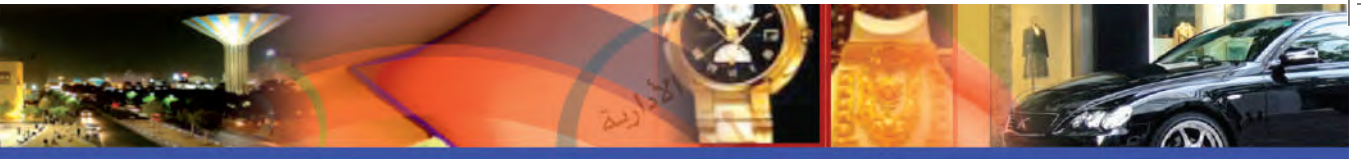
من خلال الحوار السابق :

1 ما سبب فشل أحمد في عقد الكثير من الصفقات؟

2 ماذا كان رد مدير التسويق؟

3 كيف يمكن أن يستفيد رجل البيع من اعتراضات عملائه على المنتج الذي يسوقه؟

- 1- سبب فشل أحمد هو عدم إلمامه بالمنتج الذي يبيع وأيضاً عدم تدريبه على كيفية الرد على اعتراضات العملاء .
- 2- أخبره بالتدرب على كيفية الرد على العملاء .
- 3- يستفيد بمعرفة القصور في منتجه ومعرفة مشكلات العملاء، وذلك لتطوير منتجه وتلافي تلك المشاكل وهذا القصور .



العرض

الخطوة الرابعة: الرد على استفسارات واعتراضات العملاء

الاعتراض هو:

سبب محدد، قد يكون معلناً أو غير معلن، يوضح لماذا لا يشتري العميل؟ وقد يعترض العميل على أي جزئية من العرض البيعي، كالسعر، أو المنتج، أو الخدمة المقدمة. يقول كثير من علماء البيع والتسويق أن اعتراضات العملاء أمر طبيعي وصحي، كما تُعدّ الاعتراضات ذات أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة للبائع، ويجب أن يرحب الجميع بها، لأنها تعبر عن أهمية عملية الشراء بالنسبة للعميل، وهي دليل قاطع على أن أفكار البائع بدأت تغزو فكر المشتري المرتقب، فالاعتراض هو العلامة الأولى والأهم على اهتمام العميل بمنتجاتك وخدماتك. والواجب على البائع أن يرحب بها وأن يشجعها، لا أن يهاجمها وينتقدها.

ويعترض العميل لعدة أسباب نذكر منها:

- 🧩 الرغبة البشرية في مقاومة التغيير وكل ما هو جديد.
- 🧩 تعدد البدائل المتاحة أمام العملاء، وصعوبة التفرقة بين الفوائد الناتجة من أي منها.
- 🧩 تنوع واختلاف ظروف كل عميل، من ناحية المنتجات والخدمات المطلوبة.
- 🧩 ويعتمد كثير من المشتريين إلى " التفاوض " للحصول على أفضل ما يستطيعون من خلال المقابلة البيعية (السعر - الخدمة - الضمان، ... إلخ).
- 🧩 وقد يواجه البائع صعوبات مع أولئك المشتريين الذين لديهم خبرة في أسلوب التفاوض (مثل: بائعي التجزئة - رجال البيع في بعض الشركات التسويقية - المطلعين على أسس هذا الأسلوب).
- 🧩 والبائع الناجح هو الذي يتمكن من مواجهة اعتراضات عملائه وإقناعهم بأسلوب أو أكثر، ومن الأساليب التي يلجأ إليها البائع للتعامل مع هذه الاعتراضات :

١- أسلوب طلب التوضيحات:

يجب على البائع تحديد الأسباب الحقيقية التي تكمن وراء كل اعتراض يمكن أن يثار من قبل المشتري المرتقب. وفي كثير من الأحيان يكون اعتراض المشتري من الأمور العامة غير المحددة، بحيث يجب على البائع طلب المزيد من الإيضاحات من المشتري لمعالجة اعتراضه.



مثال :

المشتري (بائع تجزئة) يقول للبائع : لم يكن بمقدوري أبداً بيع منتجاتكم للزبائن .
البائع يرد على الاعتراض : ما هي بالتحديد المنتجات التي واجهتكم مشاكل في بيعها ؟

٢- أسلوب إعادة صياغة الاعتراض وتحويله إلى سؤال :

من أفضل الأساليب التي تفيد البائع في التعامل مع الاعتراضات هو أسلوب تحويل الاعتراضات إلى أسئلة، فبهذه الطريقة يستطيع البائع طرح السؤال الذي يمكن أن يحتوي على الردود التي تنطوي على درجة أعلى من الرضا من جانب المشتري المرتقب .

مثال :

يتضايق كثير من الناس ممن يعارض آرائهم وأفكارهم، ويمكن بطريق أو أكثر تعديل تلك الآراء بطرق غير مباشرة، حتى تتم عملية الإقناع .

المشتري للبائع : إن مخازنكم بعيدة جداً عن محلاتنا .
البائع يرد على الاعتراض : هل يهتمكم وقت التسليم ؟ (يظهر بعد ذلك المزاي التي يقدمونها في هذا الموضوع) .

٣- أسلوب "صحيح ولكن" :

يضيفي البائع الكثير من المصادقية على حديثة البيعي عندما يوافق على آراء العميل، ولكنه في نفس الوقت يصحح له معلوماته، ويحاول تغيير آرائه بإتباع أسلوب "صحيح ولكن" .

مثال :



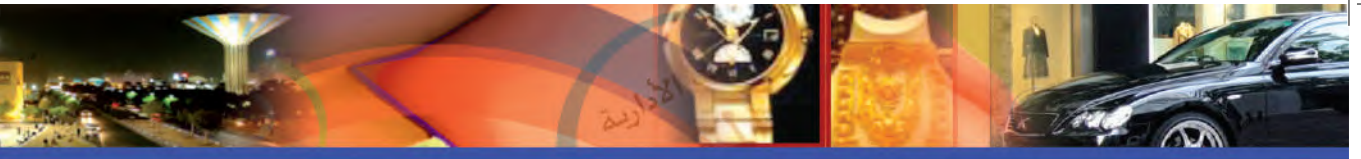
المشتري : أعتقد أن هذه الثلاجة كبيرة على أسرتي الصغيرة .
البائع يرد على الاعتراض : أوافقك على هذا، ولكن أعتقد أن عائلتك ستصبح عائلة كبيرة بعد عدة سنوات، وسوف تحتاج إلى ثلاجة بهذا الحجم .

٤- أسلوب عدم الموافقة مع البرهان :

يتطلب استخدام هذا الأسلوب قدراً كبيراً من الحذر، حيث يعتمد على عدم موافقة المشتري في ادعاءاته، ويستوجب أن يقدم البائع في الوقت نفسه البرهان القاطع بعدم صحة إدعاء المشتري المرتقب .
ويحاول كثير من المشتريين إبداء الادعاءات والاعتراضات، التي يعرفون غالباً أنها غير حقيقية، ويستخدمونها للحصول على صفقات أفضل من قبل البائع، ويكون استخدام أسلوب « عدم الموافقة مع البرهان » ضرورياً في هذه الحالة .

مثال :

المشتري : إن سعر منتجكم أعلى من كافة الأنواع المشابهة له في السوق .



البائع يرد على الاعتراض: لقد أجرينا دراسة على كافة الأصناف المنافسة، وقد وجدنا أن أسعارنا ليست فقط عند المعدل الطبيعي، ولكن أيضاً منتجاتنا تتوفر فيها خصائص غير موجودة في المنتجات الأخرى المنافسة.

٥- أسلوب التأجيل في الإجابة:



المقصود هنا بأسلوب التأجيل هو التأخير في إعطاء الإجابة للمشتري، وإقناعه بأن إجابة اعتراضاته سوف تتم بعد أن يستخدم المنتج أو يجربه، أو بعد قراءة التعليمات... إلخ.

مثال:

المشتري: أنا لا أستطيع أن أفهم السبب وراء هذا السعر المرتفع لهذا الدواء.
البائع يرد على الاعتراض: عندما تنتظر حتى تجرب الدواء وترى فعاليته، فإنني متأكد أنك ستجد المبرر الكافي لهذا الارتفاع في السعر.

٦- أسلوب التجاوز عن الاعتراضات:

وهو أن يحاول البائع الابتسامة والمروءة على الاعتراضات، وأن يتظاهر بعدم سماع الاعتراض، وأن يمضي بسرعة إلى النقطة التالية، ويستخدم هذا الأسلوب عندما يبدي المشتري عذراً غامضاً أو سبباً غير جوهري، أو كما سبق أن قلنا بأن هناك بعض العملاء يكون اعتراضهم غير حقيقي ولمجرد حصوله على صفقة أفضل.

المواعيد الملائمة لإقفال البيع

قبل الخوض في الطرق المختلفة لإنهاء العملية البيعية (إقفال البيع) يجدر بنا أولاً التعرف على المواعيد الملائمة لإقفال البيع.

المواعيد الملائمة لإقفال البيع هي كما يأتي:

١- الحصول على الموافقة من المشتري قبل العرض البيعي:

ويحدث ذلك عندما يكون المشتري عميلاً مستمراً لدى الشركة، وبذلك لا نحتاج لاستخدام أي من طرق إقفال البيع الأخرى.

٢- جذب العميل للمنتج في بداية المقابلة فيشتري:

ويفعل ذلك البائع الذكي - إذا كانت الإمكانيات البيعية تمنحه مرونة عالية -، وذلك بأن يعطي المشتري فرصة لا تقاوم فيشتري.

٣- إتمام المقابلة بعد عرض منافع المنتج:

وهذا هو السير الطبيعي لعملية البيع.

يرجع التوقيت المناسب لإقفال البيع إلى تقدير البائع، ويكتسب البائع ذلك عن طريق الخبرة والممارسة.

٤- الإتمام عند انتهاء المقابلة البيعية :

وذلك بعد الانتهاء من جميع اعتراضات العميل وتساؤلاته، ويحاول البائع مرة تلو أخرى، حتى يتمكن من البيع .

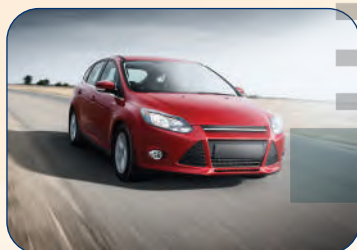
٥- إتمام العملية البيعية عند ظهور تلميحات أو تصريحات من العميل :

وتحتوي هذه التلميحات على جمل أو أسئلة أو حركات أو بها جميعاً .

الخطوة الخامسة: إنهاء صفقة البيع (إقفال البيع)

هناك العديد من الأساليب والطرق التي يعتمد إليها البائع في كثير من الأحيان لإقفال البيع، ويتوقف ذلك على حسب ما يراه البائع مناسباً، من حيث ردود فعل العميل، أو من ناحية الوقت المناسب لذلك، ومن أهم تلك الطرق :

١- طريقة الخبرة السابقة:



وذلك بأن يعتمد البائع على خبرته السابقة في إقناع المشتري .

مثال :

المشتري: لا أظن أن هذه السيارة مناسبة لولدي، فهو صغير على أن يحافظ عليها

ويعتني بها .

البائع: لقد ذكرتني بأحد المشتريين الذي يروي لنا معاناته مع ولديه والسيارات، وأنهما لا يعتنيان بالسيارات، وقد قام معهما بتجربته الشخصية لهذه السيارة التي أمامك .

المشتري: وماذا بعد؟

البائع: قرر أن يشتري اثنتين .

٢- طريقة الأسلوب المباشر:

وذلك بأن يدخل البائع مباشرة في التفاصيل (كالسعر، والخصم، والتقسيم... إلخ) .

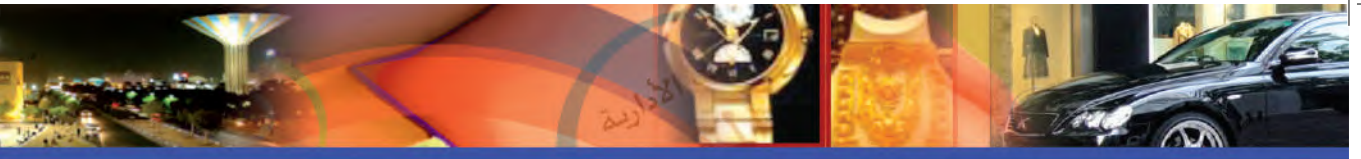
مثال :

البائع للمشتري: يسعدنا أن نخبركم أن لدينا في المستودع جميع هذه الألوان التي ترونها في (الكتلوج)، ونستطيع أن نقوم بالتسليم الفوري إذا أحببت ذلك .



٣- طريقة معالجة الاعتراض الوحيد:

بعد متابعة البائع الدقيقة للعميل يستطيع أن يكتشف أن لديه اعتراضاً رئيسياً واحداً . وبذلك يستطيع التركيز على ذلك الاعتراض، كالسعر أو موعد التسليم... إلخ .



مثال :

البائع للمشتري : اعتقد أن الشيء الوحيد الذي لم نصل إلى اتفاق بشأنه هو السعر... والآن... (ويقوم بالدخول في تفاصيل إنهاء الصفقة) .

٤- طريقة تقديم خيارات متعددة للعميل :

وذلك بأن يشعر العميل أنه هو صاحب القرار الأول والأخير، وأن البائع لا يجبره على شيء، وأنه هو الذي يقوم بالاختيار .

مثال :

البائع للمشتري : هل تفضل يا سيدي اللون الأحمر أم الذهبي أم الفضي ؟

البائع للمشتري : هل تود أن تشتري الآن أم نرسله لكم إلى المنزل ؟

٥- طريقة المقارنة بالآخرين :

إذا كان منتجك متفوقاً، فقد يكون مقارنته بالمنتجات المنافسة طريقة فعالة لإغلاق البيع .

مثال :

البائع للمشتري : إن مصابيحنا تتميز بإضاءةها الساطعة . وبطول عمرها الافتراضي ؛ مما يجعلها أفضل بكثير من مصابيح... .



٦- طريقة إيجاز ما تقدم من منافع :

إذا كانت المقابلة طويلة بين العميل والمشتري، فيفضل أن يقوم البائع بإيجاز المنافع عند نهاية المقابلة، وتكون أسلوباً لإقفال البيع .

مثال :

البائع للمشتري : وهكذا كما سبق أن ذكرت لك، فإن المنتج له الكثير من الفوائد... ، وسعره معقول جداً، ولا يمكن أن يستغني عنه أي شخص يبحث عن الرشاقة والصحة .

تؤكد الدراسات النفسية بأن كثيراً من الأشخاص يعارضون القرارات التي تفرض عليهم، حتى لو كانوا مقتنعين بها ومؤيدين لها من قبل .

قد لا يتمكن كثير من الأشخاص تذكر ما ذكرته لهم من مزايا ومنافع للمنتج خلال المقابلة البيعية، وقد يتشتت تفكيرهم في بعض الأمور غير الهامة، فيتم تلخيص ذلك في نهاية المقابلة .



٧- طريقة المجاملة:

وذلك بتقديم الإطراء لاختيارات العميل، والتركيز على نقطة تناولها العميل خلال العرض، مثل إشارته لأحد ألوان السلعة، أو أحد الموديلات التي تم عرضها عليه.

مثال:

البائع للمشتري: إن هذا النوع من السيارات، قد صمم بما يتناسب مع احتياجات العملاء أمثالكم.

٨- طريقة "اشتري الآن":

وذلك بدفع العميل للشراء في المقابلة من خلال خصم معين أو خدمة مميزة غير اعتيادية.

مثال:

البائع للمشتري: إذا قمت بالشراء الآن؛ فستحصل على خصم خاص قدره ٢٥٪.

البائع للمشتري: في حالة شرائك لهذا المنتج الآن؛ ستكون مدة الضمان على المنتج مضاعفة.

الخطوة السادسة: متابعة العميل وخدمة ما بعد البيع

يؤكد علماء وممارسو البيع أن استقطاب عميل جديد يكلف أكثر بكثير من المحافظة على العملاء الحاليين. لذلك كان

قم بالبحث في مصادر المعلومات عن مفهوم:

"ولاء العميل"

واعرض نتيجة بحثك على زملائك في الفصل.

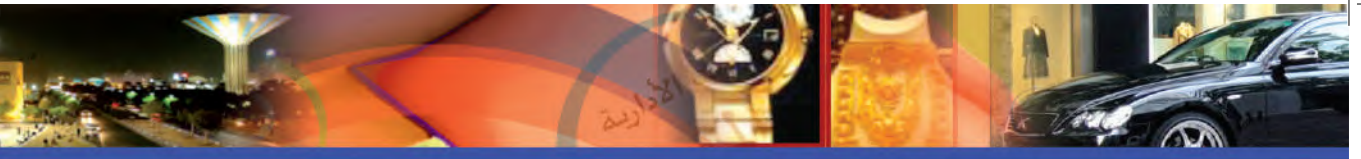
واجباً على البائع أن لا يعتقد بأن العملية البيعية تنتهي بشراء العميل لمنتجات الشركة، فهذه هي مجرد البداية، ويجب على البائع الحفاظ على علاقات طيبة مع العميل حتى بعد الشراء، وأن يحل مشاكله ويعالج شكواه، وأن يسخر وقتاً معيناً للاطمئنان على العميل، ومدى رضائه عن المنتجات التي اشتراها منه.

ويمكن أن تحصل المنظمة على ولاء العميل من خلال خدمة ما بعد البيع.

أهمية متابعة العميل

تتلخص أهمية متابعة العميل في كونها عاملاً مهماً في الأمور الآتية:

- ١- الاحتفاظ بالعملاء لفترات طويلة من الزمن.
- ٢- نقطة قوة في عرض البائع، عند قيامه بالعرض البيعي التالي.
- ٣- الوقوف على مشاكل العملاء في وقت حدوثها.



٤- تدارك المشاكل التي قد تحدث للمنتجات بعد استهلاكها.

٥- تعليم وتثقيف العملاء، لاستخدام المنتجات بعد أو عند استهلاكها.

جوانب مهمة في خدمة ما بعد البيع و متابعة العميل

هنالك العديد من الجوانب المهمة والأساسية في متابعة العميل وخدمة ما بعد البيع، نلخص أهمها في الجوانب الآتية:

١- معالجة الشكاوى ومشكلات العملاء:

يجب على البائع أن يعرف أن مشكلات ما بعد البيع والشكاوى أمر طبيعي في العملية البيعية، بل إنها قد تكون أمراً صحيحاً في بعض الأحيان، وخصوصاً عندما يكون هناك صمت من قبل العميل حول المشكلات التي تواجهه، ويؤدي ذلك لانتقال العميل إلى منتج آخر أو شركة أخرى أو وبائع آخر.

ويجب على البائع أن يعامل كل شكوى، وكل مشكلة تقابل عملائه بمنتهى الدقة والاهتمام.

٢- قياس رضا العملاء باستمرار:

في كثير من الأحيان يجب على البائع أن يكون مبادراً في سؤال عملائه عن مدى رضاهم عن المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة. وتعتمد كثير من الشركات والمؤسسات لتقييم خدماتها ومنتجاتها بصفة مستمرة عن طريق الاستبانات المختلفة.

٣- متابعة تسليم الطلبات والتركيبات:

تعدُّ متابعة تسليم الطلبات والتركيبات - إن كان الأمر يتطلب ذلك - من الأمور التي يجب أن يحرص البائع على متابعتها، لأن كثيراً من المشاكل تحدث عند التسليم أو التركيب.

٤. متابعة الضمان:

في ظل المنافسة الكبيرة بين الكثير من الشركات، يسعى بعضها إلى تقديم الإغراءات تلو الأخرى لجذب المشتري المرتقبين. ومن أبرز تلك الإغراءات الضمان على المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة، وينصح الخبراء البائعين بالنصائح الآتية عند متابعة الضمان:

يقول عمر بن الخطاب رضي الله عنه رحم الله من أهدى إلي عيوبي .
هل تستطيع أن توجد رابطاً بين هذه المقولة ومعالجة شكاوى ومشكلات العملاء؟

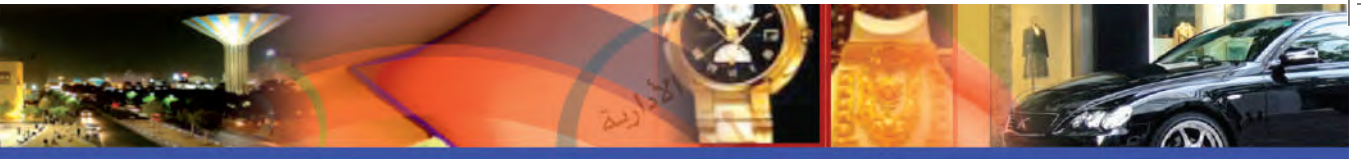


الضمان مسؤولية والتزام، ويجب على البائع التأكد من أن صاحب الضمان (المشتري) يستمتع بكل مزايا الضمان.

الضمان يُعدُّ اختباراً حقيقياً للبائع والشركة، والالتزام به يُعدُّ عاملاً مهماً في نجاح العملية البيعية. يُعدُّ المشتري الضمان التزاماً من قبل الشركة، ويتوقع الكثير للحصول على أفضل الخدمات من الضمان، لذلك يجب على البائع مراعاة ذلك والاهتمام بالضمان.

٥- متابعة مردودات المبيعات:

مردودات المبيعات (الرجيع) هي البضائع التي يرجعها العميل بسبب وجود مشاكل وعيوب فيها. وعلى الشركة والبائع أن يوجدا نظاماً واضحاً للتعامل مع مردودات المبيعات بشكل يرضي المشتري.



التقويم



أجب عن الأسئلة الآتية:

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

- ١ من أساليب الرد على الاعتراضات الموافقة على اعتراض العميل . (X)
- ٢ تمتع العميل بضمان حقيقي للسلعة التي يقوم بشرائها يعد عامل جذب للعملاء المرتقبين . (✓)
- ٣ طريقة اشتر الآن لإنهاء الصفقة تعني تقديم عرض مغرٍ للمشتري قد لا يحصل عليه بعد المقابلة . (✓)
- ٤ رجل البيع الناجح هو الذي يرحب بالاعتراضات، ويعدّها فرصة للاستفادة من آراء العملاء . (✓)
- ٥ تنتهي العلاقة بين البائع والمشتري في العملية البيعية بمجرد شراء العميل للسلعة . (X)

٢ - قم بالرد على الاعتراضات الآتية من العملاء بأسلوب الرد المناسب:

الاعتراض	كيف لي أن أعرف بأن هذه الآلة يمكن أن تستمر كفاءتها على المدى الطويل .
أسلوب الرد (صحيح ولكن)	الرد . . هذا سؤال مهم. وتؤكد من ذلك عن طريق طول فترة الضمان.
الاعتراض	إن أسعاركم مرتفعة جداً، إنني أشتري بسعر أقل ٢٥٪ من منافسيكم .
أسلوب الرد (... طلب ...) التوضيحات	الرد . . هل لديهم نفس الجودة؟؟ هناك فرق في جودة منتجاتنا.

٣ - تحدث عن إحدى طرق إنهاء صفقة البيع، مع ضرب مثال عليها:

طريقة الأسلوب المباشر:
.....
أن يدخل البائع مباشرة في التفاصيل (السعر - الخصم - التقييد)
.....
.....

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

3	إذا اشتريت الآن ستحصل على عبوة أخرى مجاناً
5	محاولة العميل الحصول على صفقة أفضل
1	موافقة العميل مع تصحيح معلوماته
2	أمر طبعي في العملية البيعية
4	منتجات يرجعها العميل بسبب مشكلة أو عيب

١	أسلوب « صحيح ولكن »
٢	مشاكل العملاء بعد البيع
٣	طريق « اشتر الآن »
٤	مردودات المبيعات
٥	أسلوب عدم الموافقة مع البرهان