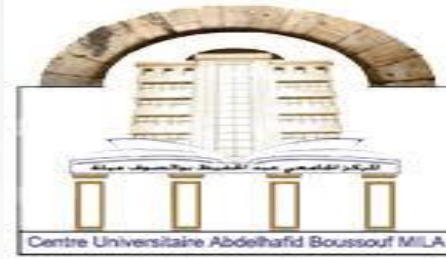


سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا  
إِنَّكَ الْغَنِيُّ الْكَرِيمُ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله



# المحاضرة الخامسة: رقابة وتقييم قوى البيع

الدكتور: محمد جوال

قسم العلوم التجارية

# محتويات المحاضرة

مقدمة

أولا تحفيز رجال البيع (المفهوم والأبعاد)

ثانيا: نظام تحفيز رجال البيع

ثالثا: أنواع الحوافز

## مقدمة

قوى البيع تُعتبر من أهم العناصر في نجاح الشركات والمؤسسات التجارية. فهي الواجهة المباشرة التي تتفاعل مع العملاء وتعمل على تحقيق الأهداف التسويقية والربحية. إنّ رقابة وتقييم قوى البيع ليس فقط عملية لضمان سير العمل بالشكل الصحيح، ولكنها أيضًا أداة لتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين وتطوير. في هذه المحاضرة، سنستعرض كيفية رقابة وتقييم قوى البيع بشكل فعال، وأهمية هذا التقييم في تعزيز الأداء العام وزيادة فعالية المبيعات.

## أولاً: رقابة قوى البيع

**أ) الرقابة على قوى البيع:** تعني مجموعة الأنشطة والإجراءات التي تهدف إلى متابعة أداء فريق المبيعات وضمان تحقيق الأهداف المحددة. تتم الرقابة من خلال قياس الأنشطة والنتائج مقارنة بالمعايير الموضوعة مسبقاً، واتخاذ الإجراءات التصحيحية عند الحاجة.

**ب أهمية رقابة قوى البيع:** تتمثل أهمية الرقابة على قوى البيع فيما يلي:

1. ضمان تحقيق الأهداف البيعية: تساعد الرقابة في قياس التقدم نحو تحقيق الأهداف البيعية وضمان تحقيقها بكفاءة.

2. تحسين الأداء الفردي والجماعي: تعمل الرقابة على تحديد نقاط القوة والضعف لدى مندوبي المبيعات وتقديم الدعم اللازم.

3. تعزيز الكفاءة التشغيلية: من خلال تحليل الأداء، يمكن تقليل الهدر وتحسين استغلال الموارد المتاحة.

4. تعزيز رضا العملاء: عبر مراقبة جودة الخدمة البيعية والاستجابة لاحتياجات العملاء.

5. دعم اتخاذ القرار: تقديم بيانات دقيقة تساعد الإدارة على اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على الأداء الفعلي.

## تابع أولاً: رقابة قوى البيع

### ج.خطوات عملية رقابة قوى البيع:

- 1.تحديد المعايير: وضع معايير واضحة ومحددة لتقييم الأداء (مثل الأهداف البيعية، جودة الخدمة، ومعدل إغلاق الصفقات).
- 2.جمع البيانات:استخدام التقارير البيعية، الاستبيانات، ونظم إدارة علاقات العملاء (CRM) لجمع البيانات اللازمة.
- 3.تحليل الأداء: مقارنة الأداء الفعلي مع الأهداف المحددة لتحديد الفجوات.
- 4.اتخاذ الإجراءات التصحيحية: تنفيذ خطط لتحسين الأداء تشمل التدريب، وإعادة توزيع المهام، أو تعديل الاستراتيجيات البيعية.
- 5.المتابعة المستمرة: ضمان تنفيذ الإجراءات التصحيحية ومتابعة تأثيرها على الأداء.

## تابع أولاً: رقابة قوى البيع

### د. أدوات وأساليب رقابة قوى البيع:

إن للتحفيز دور بالغ الأهمية في تحفيز رجال البيع وكما هو موضح أدناه:

1. التقارير البيعية: تشمل تقارير الأداء الفردي والجماعي التي تقدم تفاصيل عن الإنجازات البيعية.
2. مؤشرات الأداء الرئيسية مثل: عدد العملاء الجدد. معدل إغلاق الصفقة، معدل النمو في الإيرادات.
3. التغذية الراجعة: تقديم ملاحظات منتظمة لرجال البيع بناءً على أدائهم لتحسين أدائهم المستقبلي.
4. برامج إدارة علاقات العملاء (CRM): تسهّل مراقبة أداء مندوبي المبيعات من خلال تسجيل وتحليل أنشطتهم.
5. التحفيز والتشجيع: تقديم مكافآت أو حوافز للمندوبين المتفوقين كجزء من استراتيجيات الرقابة.
6. الاجتماعات الدورية: مناقشة الأداء البيعي بانتظام لضمان بقاء الفريق متماسكاً مع الأهداف.

## تابع أولاً: رقابة قوى البيع

### هـ. تحديات رقابة قوى البيع:

1. صعوبة قياس بعض الجوانب: مثل جودة الخدمة أو العلاقات مع العملاء، حيث تكون هذه الجوانب غير ملموسة.
  2. مقاومة التغيير: قد يواجه بعض رجال البيع الرقابة كنوع من التدخل، مما يؤدي إلى مقاومة نفسية.
  3. نقص البيانات الدقيقة: ضعف نظم جمع البيانات قد يؤثر على دقة التقييم.
  4. تحديد معايير غير واقعية: يؤدي ذلك إلى إرهاق الفريق وفقدان الحافز.
- التكاليف الزمنية: الرقابة قد تستهلك وقتاً كبيراً، خاصة في الفرق البيعية الكبيرة.

## تابع أولاً: رقابة قوى البيع

إن نجاح نظام التحفيز يرتبط بكيفية صياغة هذا النظام وترجمته الى برامج محددة وقابلة للتنفيذ.

### و. استراتيجيات لتحسين عملية رقابة قوى البيع

1. تبني التكنولوجيا الحديثة: مثل برامج CRM التي تسهل جمع البيانات وتحليلها.

2. إشراك فريق المبيعات: مشاركة المندوبين في وضع معايير الرقابة لتعزيز التزامهم.

3. تقديم التدريب: تدريب فريق المبيعات على تحقيق المعايير المطلوبة.

## ثانيا: تقييم قوى البيع

**أ)تقييم قوى البيع:** تقييم قوى البيع هو عملية تحليلية تُجرى لقياس أداء مندوبي المبيعات بناءً على مجموعة من المؤشرات والمعايير التي تُحدد مسبقًا. يُركز التقييم على: الأداء الفردي والجماعي. جودة العمل الذي يُقدّمه مندوبو المبيعات. تحقيق الأهداف البيعية والكفاءة في إدارة العلاقات مع العملاء.

## ب)أهمية تقييم قوى البيع

**تحسين الأداء:** يساعد على تحديد نقاط القوة والضعف في أداء مندوبي المبيعات، مما يسمح بتحسينها.

**تعزيز الإنتاجية:** يتيح للإدارة التركيز على الأنشطة التي تحقق أقصى فائدة.

**تحقيق الأهداف:** يساعد التقييم على تتبع مدى تحقيق الأهداف البيعية وربطها بخطة المبيعات العامة.

**تعزيز الشفافية والمساءلة:** من خلال وضع معايير واضحة للأداء، يشعر الفريق بمزيد من المسؤولية لتحقيق النتائج.

## تابع ثانيا: تقييم قوى البيع

### (ج) معايير تقييم قوى البيع

تستخدم المؤسسات معايير مختلفة لتقييم أداء مندوبي المبيعات، ومن أبرزها:

#### 1.المعايير الكمية:

- ☐ حجم المبيعات: إجمالي المبيعات التي يحققها مندوب المبيعات خلال فترة معينة.
- ☐ عدد العملاء الجدد: عدد العملاء الذين استطاع المندوب جذبهم.
- ☐ معدل الإغلاق: نسبة الصفقات الناجحة إلى عدد المحاولات.

#### 2.المعايير النوعية:

- ☐ جودة الخدمة: كيفية تعامل المندوب مع العملاء.
- ☐ الاحترافية في العمل: الالتزام بالمواعيد والمعايير الأخلاقية.
- ☐ مهارات التفاوض والإقناع.

#### 3.معايير الكفاءة:

- ☐ الوقت المستغرق لإتمام الصفقة.
- ☐ نسبة تحقيق الأهداف المحددة إلى الأداء الفعلي.

#### 4. القدرة على بناء العلاقات:

❑ رضا العملاء: قياس مدى رضا العملاء عن الأداء والخدمات المقدمة.

❑ الولاء العملاء: متابعة مدى تكرار الشراء من العملاء السابقين.

## ثالثاً: العلاقة بين الرقابة والتقييم

### أ) التكامل بين الرقابة والتقييم:

الرقابة أثناء التنفيذ: تساعد على جمع البيانات الفورية، مما يدعم عملية التقييم اللاحق.  
التقييم بعد التنفيذ: يوفر تحليلاً شاملاً للأداء ويحدد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين.  
التغذية الراجعة المستمرة: تتيح تحسين الأداء على المدى القصير والطويل.

### ب) الفرق بين الرقابة والتقييم:

| العنصر  | الرقابة                   | التقييم                                 |
|---------|---------------------------|-----------------------------------------|
| التوقيت | أثناء التنفيذ             | بعد التنفيذ                             |
| الهدف   | التأكد من الالتزام بالخطة | تحليل النتائج وتحديد التحسينات المطلوبة |
| التركيز | منع الانحرافات عن الأهداف | تحسين الأداء في المستقبل                |

شكرا  
على حسن  
الإصغاء والمتابعة