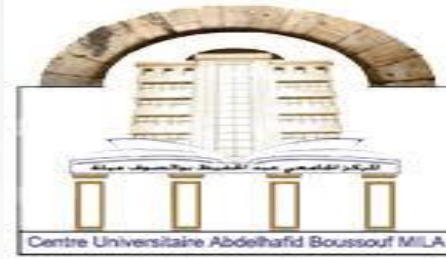


سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا
إِنَّكَ الْغَنِيُّ الْكَرِيمُ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله



المحاضرة الرابعة:

قوى البيع (المعلومات، الصفات الشخصية،
القدرات والمهارات)

الدكتور: محمد جوال

قسم العلوم التجارية

محتويات المحاضرة

مقدمة

أولاً: تعريف العناصر الرئيسية لقوى البيع

ثانياً: المعلومات التي يجب أن يمتلكها رجال البيع

ثالثاً: الصفات الشخصية المطلوبة في قوى البيع

رابعاً: القدرات والمهارات الأساسية لقوى البيع

مقدمة

في عالم الأعمال الحديث، تلعب قوى البيع دورًا أساسيًا في نجاح الشركات وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. قوى البيع ليست مجرد وسيلة لإتمام العمليات البيعية، بل تُعدّ واجهة الشركة أمام العملاء وشريكًا في بناء علاقات طويلة الأمد. لتحقيق النجاح، يحتاج أفراد قوى البيع إلى امتلاك مزيج مثالي من المعلومات، الصفات الشخصية، والقدرات والمهارات، مما يضمن تلبية احتياجات العملاء والتعامل مع المنافسة المتزايدة.

أولاً: تعريف العناصر الرئيسية لقوى البيع

1. المعلومات

يشير مصطلح المعلومات إلى المعرفة التي يمتلكها البائع حول المنتج، العملاء، والسوق. وفقاً للصميدعي ويوسف (2010)، فإن البائع الذي يفتقر إلى المعلومات الكافية لا يمكنه بناء الثقة مع العملاء أو تقديم حلول ملائمة لاحتياجاتهم.

2. الصفات الشخصية

الصفات الشخصية هي السمات النفسية والاجتماعية التي تُميّز فرداً عن آخر. وتشمل هذه الصفات مثل الأمانة، الثقة بالنفس، والتفاؤل. يرى غانم فنجان موسى ومحمد صالح أن الصفات الشخصية تؤثر بشكل كبير على قدرة البائع في بناء علاقات قوية مع العملاء.

3. القدرات والمهارات

تشير القدرات والمهارات إلى الكفاءات العملية التي يمكن تعلمها أو تطويرها مع مرور الوقت. تشمل هذه المهارات القدرة على الإقناع، التفاوض، إدارة الوقت، والتعامل مع العملاء المختلفين.

ثانيًا: المعلومات التي يجب أن يمتلكها رجال البيع

1. المعلومات عن المنتج أو الخدمة

التفاصيل الفنية: يشمل ذلك معرفة الخصائص المميزة للمنتج وكيفية عمله.
الفوائد: القدرة على شرح المنافع التي يحققها المنتج للعميل.
المزايا التنافسية: ما الذي يجعل المنتج مميزًا مقارنة بالمنتجات المنافسة؟

2. المعلومات عن العملاء

الاحتياجات والتوقعات: فهم متطلبات العملاء ودوافع الشراء.
تصنيف العملاء: التعرف على العملاء الأكثر أهمية أو الربحية للشركة.
أنماط الشراء: متى وكيف يقرر العملاء الشراء؟

3. المعلومات عن المنافسين

نقاط القوة والضعف لدى المنافسين.
استراتيجياتهم في التسويق والبيع.
الأسعار والعروض الترويجية.

تابع ثانيًا: المعلومات التي يجب أن يمتلكها رجال البيع

4. المعلومات التنظيمية

سياسات الشركة وأهدافها.

العمليات الداخلية التي تدعم البيع، مثل سياسات الإرجاع وخدمات ما بعد البيع.

ثالثًا: الصفات الشخصية المطلوبة في قوى البيع

أن نجاح رجل البيع يعتمد بدرجة كبيرة على صفاته الشخصية. وهذه الصفات تساهم في بناء الثقة مع العملاء. ومن بين أهم هذه الصفات:

1. الأمانة والصدق:

تساعد في بناء الثقة مع العملاء.
تعزز السمعة الطيبة للبائع والشركة.

2. الحماس والدافعية الذاتية:

الرغبة في تحقيق الأهداف.
القدرة على التحفيز الذاتي للتغلب على الصعوبات.

3. الثقة بالنفس

تجعل البائع قادرًا على التأثير في العملاء.
تعطي انطباعًا إيجابيًا عن الشركة والمنتج.

تابع ثالثًا: الصفات الشخصية المطلوبة في قوى البيع

4. المرونة

القدرة على التكيف مع العملاء المختلفين.
التعامل مع التغيرات في السوق أو المنتج بسهولة.

5. الصبر والتحمل

مواجهة اعتراضات العملاء.
المثابرة في متابعة العملاء المحتملين.

6. روح الفريق

التعاون مع فريق العمل لتحقيق الأهداف المشتركة.
تبادل الخبرات والمعلومات مع الزملاء.

رابعًا: القدرات والمهارات الأساسية لقوى البيع

تتطلب قوى البيع مجموعة من المهارات التي يمكن تطويرها مع الوقت:

1. مهارات الاتصال

الاستماع الفعال: فهم احتياجات العملاء بشكل دقيق.
التواصل الواضح: تقديم المعلومات بطريقة يسهل فهمها.
قراءة لغة الجسد: استشعار مشاعر العميل والاستجابة لها.

2. مهارات الإقناع والتفاوض

استخدام الحجج المنطقية والقصص المقنعة.
تقديم المنتج بطريقة تلبي احتياجات العميل.
التفاوض على الأسعار وشروط البيع مع الحفاظ على رضا العميل وربحية الشركة.

3. إدارة الوقت

التخطيط الجيد: جدولة الاجتماعات والأنشطة بناءً على الأولويات.
تحديد الأولويات: التركيز على العملاء ذوي القيمة العالية.

رابعًا: القدرات والمهارات الأساسية لقوى البيع

4. مهارات حل المشكلات

القدرة على تقديم حلول مبتكرة لاحتياجات العملاء.
التعامل مع الشكاوى بطريقة مرضية للطرفين.

5. بناء العلاقات

إنشاء روابط شخصية ومهنية قوية مع العملاء.
تطوير علاقات طويلة الأمد تعزز الولاء للشركة.

6. استخدام التكنولوجيا

استغلال أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) لتحليل البيانات.
متابعة العملاء وإدارة العمليات البيعية بفعالية.

شكرا
على حسن
الإصغاء والمتابعة