

فن المبيعات

البيع: هو العملية التي تجعل الزبون فيها يدفع مبلغ للحصول على منتج.

البيع: موهبة عملية يتم صقلها بالممارسة والتجربة وتكتسب من خلال التدريب والإستمرارية

التحضير الجيد للبيع : ABAHE

1- دراسة الزبون المستهدف (صاحب القرار بالشراء) وهنا يجب أن تعرف ما يلي:

- لماذا يشتري الزبون ؟
- لإشباع حاجته من منتج معين سيعطيه نتائج إيجابية ومزايا ومنافع وخدمات.
- ما الذى يدفع الزبون للإصغاء؟
- عندما يجدرك تعرف جيداً بمنتجك وحديثك مقنع وتحدث عن مصلحته أولاً .

2- وضع خطة الإجتماع : وهنا يجب ان تعرف ما يلي :

- إبدأ بكسر الجليد مع الزبون (إشكر الزبون على إستقباله وتقديم تهنئة وثناء على شهرة الزبون وسمعته أو حسن معاملته فى السوق أو خدماته 000
- ما هى النقاط التي ستذكرها ؟
- خصائص ومزايا منتجك
- خدمات ما بعد البيع

- قدرة المنتج على تنشيط مبيعات الزبون وزيادة عدد زبائنه ودعم شهرته .



3- معرفة خصائص منتجك ؟

معرفة المزايا وشروط البيع ومقارنة المنتج مع منتجات المنافسين .

ABAHE

4- التحضير الشخصي ؟

- يعنى التأكد من المظهر الخارجى (الزى الرسمى المناسب)
- وتنظيم حقيبة العمل من قرطاسية ومطبوعات ودفاتر العقود والإيصالات .
- والدقة فى الموعد 000

التحضير الشخصي

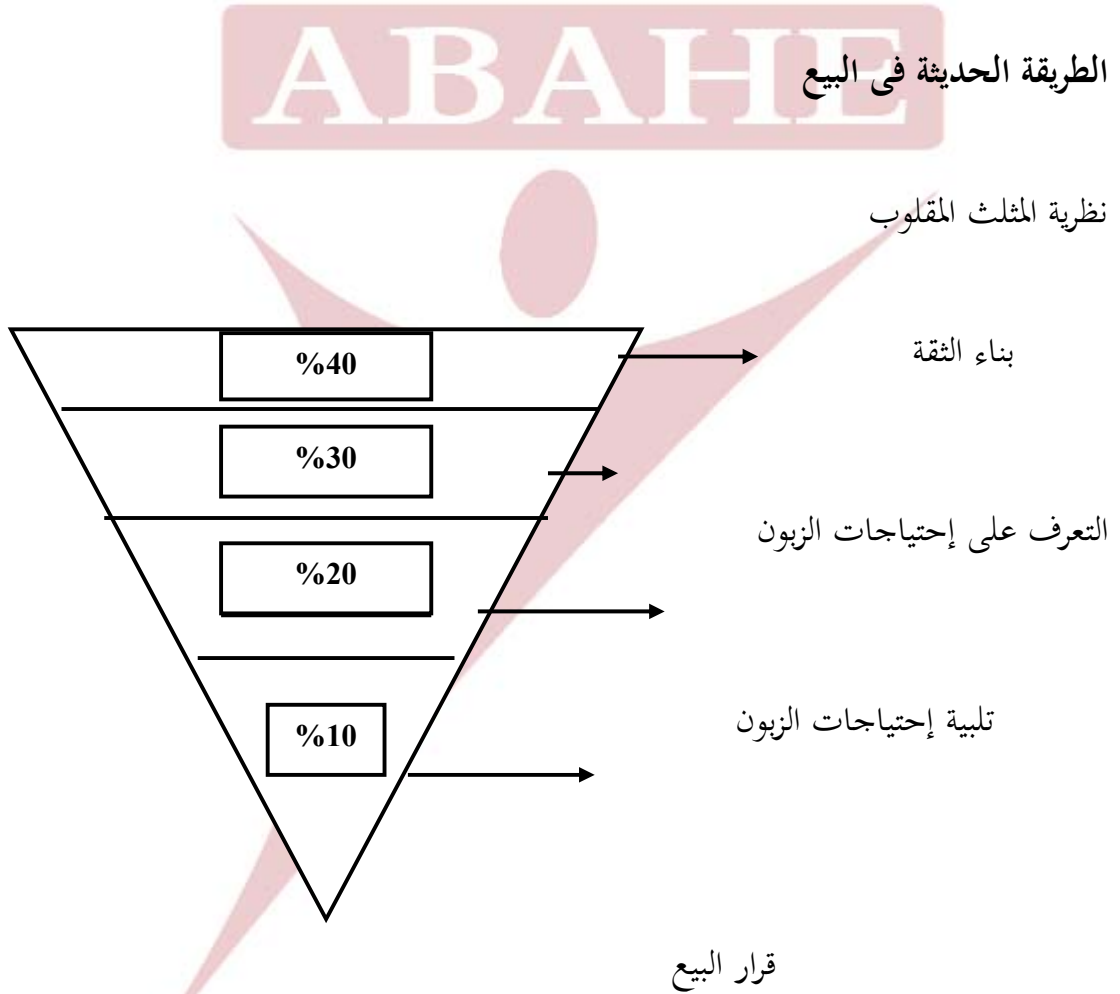
التأثير في الزبون لا ياتي من الكلمات فقط وإنما من المظهر الخارجى كذلك فالزبائن يرتاحون ويتقون بالأشخاص من خلال مظهرهم وسلوكهم وقد أظهرت دراسات عملية عن القواعد

التالية :

- الأناقة والمظهر الشخصى
- إرتداء الزى المناسب
- الدقة فى المواعيد
- توفر وسائل البيع (نشرات / عينات / بروشورات)

خطوات البيع الناجحة

- 1- تكوين الإنطباع الأول عن شخصيتك (سوق نفسك)
- 2- تحدث عن نشاط شركتك بقوة ومزايا خدماتها (سوق شركتك)
- 3- تحدث عن منتجات شركتك (سوق منتجك)



نموذج AIDA

من أشهر النظريات والأساليب في المبيعات نموذج AIDA الذى يقسم العملية البيعية إلى أربع مراحل :

1- جذب الإنتباه Attention

على المسوق الناجح أن يجد طريقة لجذب إنتباه الزبون

مثال : (حضرتك مهندس أو صاحب مصنع ومؤسستنا تتشرف بأن تقدم ما هو جديد وحديث فى (صيانة المصانع) كتاب مهم جدا حتماً سيساعد إدارتك ومهندسى الصيانة فى العمل على تحقيق نتائج جيدة بأساليب حديثة أو فى مجال (التربية / الجودة / التسويق / موسوعة / طب)

2- إثارة الإهتمام Interest

على المسوق الناجح أن ينتقل إلى هذه المرحلة بعد المرحلة الأولى بالتركيز على قدرة هذا المنتج (الموسوعة أوالكتاب) فى حل مشاكل فى العمل ويحقق له المنفعة

3- إيقاظ الرغبة Desire

المسوق الناجح يوصل الزبون إلى المرحلة الثالثة وهى رفع درجة الإهتمام إلى مستوى الرغبة من خلال عرض الحالة التى سيكون فيها الزبون بعد شراءه المنتج (زيادة معلومات / ثقافة عامة / تطوير أداء)

4- التصرف أو تحقيق الصفقة Action

المسوق الناجح يوصل الزبون إلى المرحلة الرابعة إلى إتخاذ قرارات الشراء التركيز على الخدمات والمزايا .



المحافظة على الزبائن

على المؤسسة ان تضع غاية اهتمامها بالزبون لأن الزبون هو الرصيد الحقيقي للمشروع وهو مصدر التدفقات النقدية للمشروع ويجب الإنتباه دائماً إلى المتابعة المستمرة لتقوية العلاقة مع الزبون حيث قد تعاني في مرحلة ما هذه العلاقة من برود أو ربما تقصير معين لأن المشروع إذا خسر زبون لا ينسى أبداً بأن هذا الزبون تحول إلى مؤسسة ثانية .

وسائل المحافظة على الزبائن هي :

- إحترام الزبائن بشكل دائم لإشعارهم بالأهمية
- بناء ثقة متبادلة .
- مصداقية بالتعامل .
- معالجة أى شكوى فوراً
- تقديم هدايا
- أسعار تشجيعية
- تلبية سريعة .

الأخطاء الشائعة في المبيعات

1- عدم الإصغاء إلى الزبون المحتمل

2- عدم تفهم الزبون المحتمل

3- معاملة الزبون خصم

4- التشتت الذهني

5- عدم تدوين الملاحظات

6- عدم المتابعة

7- توقف الإتصال مع الزبائن السابقين

8- عدم التخطيط

9- مظهر غير لائق

10- عدم تنظيم أدوات البيع

11- عدم مراعاة وجهة نظر الزبون

12- عدم التفاخر بالعمل

13- الإقناع بدون توضيح

14- الإستهانة بذكاء الزبون

15- الإسراع في إتمام البيع

16- عدم إستخدام البراهين

17-التوسل بالزبون

18-الإخضاع بالأمال

19-إعتبار الرفض موضوع شخصى



كيف تكون 0000000000 بائعا مميّزاً

عميلك لا يرى تجهيزاتك ومنافعك أولاً 00000 بل يراك انت

، لذا حاول أن تكون لنفسك شخصية فريدة عن الآخرين وحافظ على المكونات الشكلية لشخصيتك من خلال الأناقة في الملبس وتعبيرات وجهك والثقة بالنفس ونظرات وحركات العين

والحماس والصوت وتغيراته

ويتم ذلك وفقاً لما يلي :

1- **ملبسك** : إجعل ملبسك بالشكل الذى يجب أن يراك العميل به

2- **هياتك العامة** :

إجعل طريقة جلوسك ، وقفتك ، حركتك بما يساعد فى إكتساب احترام الآخرين 000

إجلس بإستقامة 00 وأثار الثقة تظهر فى مشيتك

3- **تعبيرات وجهك** :

إحتفظ بإبتسامة ممتعة وسارة وكن متأكد أنها حقيقة فهناك فرق بين الإبتسامة الحقيقية

والإبتسامة المصطنعة فالإبتسامة المخلصة تأتى من خلالك والسرور يجعلك تحب الناس

ويحبونك ويبعث فيك الحياة والنشاط

وبالتالى فإن حب الناس يجعلك عظيم التأثير عليهم وتفوز برضاهم وميلهم نحوك وكذلك

إقتناعهم بأرائك وأفكارك .

فالمرء يستمتع حينما يرى الإبتسامة الحقيقية الرقيقة لمن يخدمه فيشعر بميل وتعاطف نحوه ،
ولك أن تقارن ذلك الفرد بأخر يخاطبك بطريقة سطحية قائلاً لك ما الذى تريده بجفاف
وتقطيب لا شك أن النوع أفضل بألاف المرات .



4-الثقة فى نفسك :

الثقة لا تساعدك فقط فى عمل الأفضل ولكنها تكون تأثير متبادل فى نفسية العميل المرتقب فالناس يثقون فى أناس واثقين من أنفسهم ، لذا عليك التفكير دائما وأبداً فى ماذا تكون ولا تفكر أبداً فى ماذا لا تكون .

وحتى تحظى بثقة عملاءك عليك أن تعرف الموضوع الذى سوف تتحدث فيه أربعون مرة قبل أن تقدم على الحديث .

5-حركة بصرک :

عندما تتحدث إهتم كثيرا بعينيك ولا تحتفظ بها بعيدا عما تخاطبة وعندما تكون مستمع إنظر إلى فم العميل المرتقب وإعمل إيماءه برأسك ببطء وعين قاصدة مستنتجة وعقل واع ، ولا تحملق بعينيك للمشتري ، ولكن أعطه إنتباه المتأمل وإجعل ذلك واضحا من نظرات عينيك .

6-كون إتجاها إيجابيا :

البيع والشراء هما عملتين متكاملتين لتبادل الإهتمام فيجب عليك أن تهتم كبائع بالمشتري وتولية كل العناية وتوفر له كل ما يرضية حتى يتكون لديه إنطباع أو إتجاه إيجابى ناحيتك والإتجاه عملية جوهرية فى مسألة البيع وهو الدافع الرئيسى لتعامل المشتري معك فإذا ما كون المشتري إتجاه إيجابى ناحيتك فيظل ذو ولاء لك ولمنتجك .

7- كن متحمساً لقضيتك

القول المأثور يقول ان الحماس شئ معدى وبتحمسك الكبير لإنتاجك وخدماتك التي توفرها للمشتري لك ولسلعتك أو خدمتك ، ولا أحدثك يا صديقي عن الحماس الثائر ذو الضوضاء والإزعاج .

ولكننا نتحدث عن شئ أكثر قربا للثقة ، ذلك النوع الهادئ من الحماس والذي يولد بالتالي الثقة

والرضا والقبول من قبل المشتري فلو أنك تعرف الكثير عن منتجك أو خدمتك ولست متحمسا لكليهما أعتقد أنك كبائع سوف تنتهي ومن الأفضل أن تترك هذا المجال وتنسحب أو تنصرف إلى منتج جديد .

8- إطمئن 00 تبع 000

إطمئنانك وهدوئك بمثابة صورة مركبة تظهر كمشخص هادئ ومنتهبه وتخلق التيار النفسى الخفى الذى ينعكس على اللغة التى تتحدث بها وتكشف درجة هدوئك وإطمئنانك ويساعد ذلك بلا شك على إبعادك عن التشويش والضوضاء الذى يسبب الإزعاج للمشتري فتعامل المشتري مع بائع ينقر على لمكتب بيده شئ مزعج للغاية وإطمئنانك وهدوئك عامل كبير التأثير على نفسية العميل إذ يجعله يشعر هو الآخر بالأمان والإطمئنان معك ومع منتجك .

9- صوتك :

نبرات صوتك هي الموسيقى التي تصاحب ما تقوله فبينما تصل كلماتك إلى عقل المشتري ستميل عواطفه وتلك هي الغاية 0000 لذا كن متأكداً من رد الفعل العاطفي لعميل قبل ان تتحدث وتأكد من درجة الإستجابة لكلماتك وتفكيرك وتكلم ببطء ووضوح بين مستوى طبقة صوتك لتحاشي الصوت المضجر الممل .

كما عليك ان تتأني في كلماتك وكررها كي تتأكد أنك على إتصال دائم بعقلية وعاطفة العميل ، وحاول يا صديقي ان تبعث عباراتك للمشتري في صورة أسئلة تجذب إنتباهه وتثير إهتمامه .

تحاشي الكلام العام ما أمكن ذلك ، وتذكر أن سكوتك بين العبارات يعطيك الكثير من الوقت لمعاودة التفكير فيما تقول ويعطى لعميلك فترة أطول للتحليل .

10- إستخدام إسم المشتري :

إذا إنك بإستخدام لإسم المشتري تكون صداقة بينك وبينه حيث يشعر المشتري بسعادة أكثر حينما يسمعك وانت تخاطبه بإسمه ويشعر بتنظيم لذاته وذلك هو فن العلاقات الإنسانية ، وقل إسم المشتري لذات المشتري وحذار أن تناديه بإسم ليس هو إسمه لأن مخاطبتك له بإسمه يجعله يشعر بأنه ذو قيمة لديك وأنت تتذكرة دائما وأنه محل إهتمامك .

أما أن تناديه بإسم غير إسمه فذلك الخطأ كله لأنه يشعر مع ذلك بإحباط نفسى خصوصا إذا كان يصطحب معه أحد أصدقائه لأن ذلك معناه إنك غير متذكرة ، وأنه ليس محلا

لإهتمامك وأنه بالنسبة لك ليس سوى مجرد إتمام عملية بيعية تحقق من ورائها صالحك
الشخصي فقط وليس أكثر من ذلك .

هذا فضلا عن تذكرك لإسمه يجعلك على صداقة دائمة معه وتنمى لدى دافع التعامل فيتردد
عليهم من أن لأخر لأنه يشعر بالراحة النفسية لديك وفي التعامل معك ، وفي مخاطبتك
للمشترى بإسمه يساعدك كثيرا أثناء محادثتك معه حيث يشعر المشتري براحة نفسية عندما

تقول له (طلبك أو أوامرك يا سيد فلان)

ولكن كيف تتذكر إسم المشتري ؟ بالتركيز والممارسة

وهناك بعض الإقتراحات البسيطة التي تساعدك على تذكر الأسماء

- إجعل الشخصى يكرر إسمه أثناء الحديث بطلبات تظهر إسمه كثيرا .
- لو هناك شك فى الإسم إطلب من الشخص ان يذكر إسمه فى البداية
- لو ان إسمه كان معقدا فيجب ان تطلب منه الوضوح والتفسير لإسمه ثم كرر مرة ثانية وثالثة حتى يرسخ إسمه
- معظم الأسماء تنسى أثناء المقدمة ، ولذلك عندما تقابل المشتري إستمع بعناية وحرص لأسمه وإنظر نظرة جيدة متعمقة لإسمه وشخصه .
- إكتب إسم العميل عندك فهذه أفضل الطرق لتذكر إسمه بدلا من الإعتماد على ذاكرتك فقد تخونك .
- فى كثير من البلدان العربية .. وزيادة فى الألفة مع العميل يذكر الشخص لقب لإبنه (مثلا أبو عمرو..وهكذا)

11- تذكر أنك تبيع بالتأثير (عواطف ، مشاعر ، أحاسيس)

لا تبع السلعة فقط ، إن عالم البيع عالم ملئ بجراحة البوابة من سكرتارية مستقبلون ومساعدون واخرون ويجب على هذه الفئات أن تحسن إستقبال العملاء وأن تعتنى بهم خير عناية والا تسمى إليهم وبالتالي

على مشاعر وأحاسيس المشتري وعواطفهم تستطيع ان تكسب صداقتهم وأن تجعلهم يتقبلون سلعتك أو خدماتك عن طيب خاطر .



12- إنسحب إذا كان الوقت والمكان غير مناسب

بفرض أنك كنت في متجر ودعاك المشتري لتقديم عرضك أو بفرض أنك كنت في مكتب المشتري لإتمام المقابلة لكن التليفون ظل يدق والمشتري ظل يجاوبه فإنك لا تستطيع أن تعرف بحق ما يجول بذهن العميل وما ينوبه ولا يجب عليك مقاطعة الكلام إن تشتيت الفكر لدى المشتري في هذه الحالة من الأفضل لك ألا تستمر وأن تنسحب بشرف وكرامة وتحييه وتنصرف على أن تحدد معه المقابلة مرة أخرى في موعد يناسبه أو تعتذر له بأنك قد جئت في وقت غير مناسب وأنك ستزوره في وقت آخر أكثر مناسبة له كأن تقول مثلا : هل أحضر إليك في التاسعة والنصف صباح الغد ؟ أو تقول له هل من الممكن أن أحضر إليك غدا في أى وقت بعد الظهر ؟

13- ضع نعم دائما على لسانك :

إذ أن نعم دائما تفوز بالصورة الذهنية وأخذ ملاحظتك من الجانب الإيجابي من العقل وإستبدال نعم بدلا من لا ولو أنك نشطت عرضك دائما بإستخدام نعم فإنك سوف تملك الخطوة الأولى تجاه إتمام العملية البيعية .

14- بع بفكر العميل وليس بفكرك انت ،

إذ ان كل منا أفراد وعائلات ، منظمات ترغب في شراء أشياء من خلال رغباتك فلو أنت إمتلكتك فكره الإجابة على هذه الرغبات قلما يستجيب العميل أحيانا لا يدرك العميل

بجأته ورغبته او مشكلته ،وانها لعملية مزدوجة تحقق المهارة فى البيع وخدمة المشتري لو ان البائع تعرف على حاجة المشتري وحاول إشباعها .

وواحدة من قواعد البيع الأساسية وهى ألا تحاول البيع إلا اذا كان فى منتجك او خدمتك

صالح للمشتري فى تلبية حاجته أو إشباع رغبته أو فى حل مشكلته .



سلم خطوات البيع

1- البحث عن الزبون (صاحب القرار) من هو؟ أفضل وقت لزيارته؟ وضعه المالى؟ ما

هى إحتياجاته؟

2- إيجاد الزبون : (معرفة رقم الهاتف - تنظيم الموعد - معرفة المكان)

3- حضر للزيارة :

(مظهر لائق - أوراق وبروشورات وعينات - مساعدة العميل فى التصميم - إطلب موعد

لإغلاق البيع إذا لم يتم فى حينه)

4- إكسر الحاجز النفسى مع الزبون (بأقل من ثلاث دقائق إظهر المحبة واللباقة وإسأل

أسئلة عامة او تحدث قليلا عن مناسبة بنفس الموعد)

5- معرفة إحتياجات الزبون (وتبدأ من اللحظات الأولى وأهم خطوة 00 ماذا يحتاج

زبونك)

6- الإصغاء الفعال (إسمع بأذنيك وعينيك ولا تكن جامدا)

7- الرد على الإعتراضات (الإعتراض هو رغبة فى الشراء!!) إستمع أولاً ثم رد بلباقة دون

كلمة لا وإنما (نعم وبلى)

8- إغلاق البيع (الصفقة وتوقيع العقد)



التسويق التليفونى (Telemarketing)

هو إتصال غير شخصى مع الزبون من خلال الهاتف ومن اهم وسائل التسويق المباشر.

اهداف التسويق التليفونى :

- رسم صورة جميلة عن الشركة وتخلق المشاعر الودية عند الزبون .
- إجراء تمهيدى .
- تعطى إنطباع عن حضارية المؤسسة فى التسويق المنظم وليس العشوائى .
- تشويق الزبون قبل وصول موظف التسويق .
- إعطاء الزبون الحرية فى أخذ الموعد المناسب له .

مواصفات موظفة التسويق التليفونى :

- نعومة وحيوية الصوت .
- الصبر والهدوء .
- إستخدام إسلوب التحية المناسب للجميع (صباح الخير)
- تقديم الإسم وإسم المؤسسة وملخص بسيط عن البرنامج .
- إستخدام عبارة التهئة فى المناسبات (كل عام وأنت بخير)
- أخذ الموعد الذى يناسب الزبون (متى تحب الموظفة أن تزورك)
- الشكر والتوديع .



الأخطاء الشائعة فى التسويق التليفونى :

- الضحك بدون مبرر .
- المجاملة والمزاح من طرف واحد .
- التلكؤ والتوقفات بالتحدث .
- الإطالة فى الحديث .
- فرض الموعد على الزبون .
- التحدث بالأرقام والتفاصيل .
- قبول مواعيد شخصية .

ABAH



إستبيان تقييم ذاتي

هل تتحلى بهذه الصفات ؟

فيما يلي بعض الصفات المرتبطة بالشخصية البيعية المتكاملة إعط نفسك الدرجة التي تعتقد أنك

تستحقها ثم ناقش نقاط ضعفك وقرر إصلاحها

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	البيان
											الجلد
											القدرة على التكيف
											الإصرار على المواصلة
											الإخلاص
											العقل المفتوح
											الأناقة وحسن المظهر
											الرغبة في النجاح
											الولاء
											الثقة بالنفس
											الإلمام بالعلاقات الإنسانية
											القدرة على التصرف
											التعاون
											الحماس
											البساطة
											التحرك من الداخل
											الإمساك بزمام الأمور

											المعرفة
											حسن الخلق
											الإنصات
											القيادة
											الفكاهة وخفة الدم

إن حصولك على 180 درجة تجعلك في مصاف الباعة الممتازين وحصولك على 150 درجة تجعلك بائع جيد جداً 000 أما حصولك على 125 درجة فأنت جيد 000 أما إذا قلت درجتك عن ذلك فلا تقلق لأن الجزء الأكبر صفات يمكن أن تكتسبها إذا حاولت .

تسلسل خطوات البيع

1- التنقيب

البحث والمعرفة



- من هو العميل؟.
- أين أجد العملاء المحتملين؟
- من هو صاحب القرار؟
- الوضع المادي؟
- أفضل توقيت للبدء معهم؟
- ما هي احتياجاتهم من خدماتي؟

تسلسل خطوات البيع

2- أوجد العميل:

1. هل هو العميل المطلوب.
2. هاتف العميل.
3. عمل الموعد.
4. التأكد من وجود أصحاب القرار بالموعد.
5. معرفة الموقع.

إن اختيار العميل الخاطيء يدخلنا بمتاهة الإحباط وخسارة الزبائن المحتملين فعلاً.

إعمل بذكاء وجهد وليس بذكاء فقط

تسلسل خطوات البيع

3- جهاز نفسك

1. الدقة في المواعيد.
2. المعرفة التامة للخدمات والعروض المتوفرة لديكم.
3. جهاز أسماء مشتركة المعرفة.
4. حضر أسماء ومصطلحات مبسطة وسهلة يتفهمها العميل.
5. جهاز نفسك لإعطاء انطباع أولي حسن.
6. جميع المنشورات المساعدة بالإقناع.
7. مساعدة العميل بحل مشاكله المتعلقة بما تعرض عليه (التصميم).
8. تذكر أن هذه هي الفرصة الوحيدة لتقابل عميلك لأول مرة للزيائن الجدد.
9. كن مستعداً لتدعو العميل ليقترح لك عملاء آخرين.
10. لطلب موعد آخر لإنهاء الصفقة إن لم تنتهي ذلك الوقت.

3- جهاز نفسك

- ضع خطة لجلب معلومات الزبائن الدائم، الحسن والسيئ وتعامل مع هذه المعلومات بجدية وصدق.
- تذكر بأن 20% من عملائك الراضون عن خدماتك سيحبون 60% من عملاء شركتك.
- إن اشتكى العميل من خدماتك، أخبره بأنك ستحل المشكلة حالاً ومن ثم افعل ذلك بكل بجد وعدل ومصداقية.
- تأكد من أن تزور عملاء الشركة بين الفينة والأخرى واستمع إليهم.
- استعمل رسائل الشكر والمناسبات، فهي سحرية التأثير.

تسلسل خطوات البيع

4- كسر الحاجز

ABAHE

لكسر الجليد بينك وبين عميلك اعمل التالي:

1. ابدأ بمحديث جانبي لا يتعلق بالعمل ولمدة قصيرة 30 – 180 ثانية.
2. أظهر مودة من القلب.
3. كن لبقاً.
4. إسأل أسئلة مفتوحة.
5. إذا لم تنجح في كسر الجليد لعميل جيد، حول العميل لزميل آخر.

تسلسل خطوات البيع

ABAHE

5- معرفة احتياجات العملاء.

إن معرفة احتياجات العملاء تبدأ منذ اللحظة الأولى لجلوس العميل وتعتبر أهم خطوة من خطوات جلب العملاء.

تسلسل خطوات البيع

6- الاعتراضات وكيفية تفاديها. **ABAHE**

- هل برأيك العميل المعترض يرغب بالشراء أم لا؟

- ما هو الاعتراض؟

- ما هي انواع الاعتراضات؟

- تقنيات تفادي الاعتراضات

ما هو الاعتراض؟

ABAHE

إن الاعتراض هو:

عبارة عن قول أو رأي يقوله العميل وعادة ما يطرح كسؤال مبطن بصيغة هجومية.

أنواع الاعتراضات

ABAHE

سوء التفاهم.

اعتراض وهمي

اعتراض حقيقي.

مواجهة الاعتراضات

الاستماع الفعال: ABAHE

1. لا تعترض العميل عند الكلام.
2. تأكد من ان العميل أنهى جملته الاعتراضية.
3. اسمح للعميل ان يقاطعك.
4. عند مقاطعة العميل لحديثك انهيه بكلمة وليس بجملته.
5. استخدم لغة اتصال واضحة تعطي مؤشر لفهمك واستيعابك للاعتراض.
6. عندما تريد أن تعترض حيث العميل، اختر كلمة من جملته الاعتراضية لتبدأ فيها حديثك.
7. استمع واصغي جيداً بعد السؤال فهذا سيساعدك في كيفية الإجابة والرد على الاعتراض.

تفادي الاعتراضات الوهمية

ABAHE

تشير الدراسات والإحصاءات أن 93% من الاعتراضات المقدمة من العملاء هي اعتراضات وهمية.

وبما ان اغلب الاعتراضات وهمية فلا بد لنا من التعمق في كيفية تفاديها بطريقة محترفة.

ولنبدا بالأهم وهو الاستماع الفعال.

كيف يستقبل الناس الرسائل من بعضهم البعض.

- 55% مما تتعلمه من الآخرين يأتي من لغة الإشارة.

- 38% يأتي من نبرة الصوت.

- 7% يأتي من الكلمات التي تقال.

تقنيات تفادي الاعتراضات الوهمية

ABAHE

1. أشعره أنك فهمت اعتراضه ولكن تجاهله.
2. أشعره أنك فهمت اعتراضه وأثبت عكسه.
3. حول السلبية في اعتراضه إلى إيجابية.
4. قم بتحديد العتراض وحول اعتراضه إلى وعد يقطعه لك.
5. استعمل (نعم ولكن).

معادلة مواجهة الاعتراض

أصغي + افهم واستوعب + حدد الاعتراض - كن إيجابياً = تصرّف أو أهمل

استعمل نعم ولكن

(نعم هنا لا تعني الموافقة ولا غير بل تعني الإيجابية بشكل عام)

-11 الإغلاق والبيع



دائرة البيع	دائرة الإغلاق
حلقة مفرغة	إغلاق الصفقة
بمجرد حديث	الحصول على العقد
"زبون" مسوّف	استلام النقود
مرحلة انتقالية	
8 من 10 يتقون هنا	

يجب ان تترك دائرة البيع لتنتقل إلى دائرة الإغلاق

1. دائرة البيع بحد ذاتها هي دائرة مفرغة، لا ترضي البائع أو إدارته.

2. الإغلاق يعني الحصول على الطلب (وهو النقود).

3. البيع بحد ذاته هو حديث غير مكتمل.

4. الإغلاق هو أساس البيع.

ABAHE

مهارات البيع

الهدف من دراسة هذا الموضوع:

❖ زيادة حصتنا من مساحة المحل

ABAHE

❖ زيادة تواجد كل أصنافنا

❖ تحسين عرض منتجاتنا

❖ بناء علاقة عمل قوية مع الزبائن / التجار

ABAHE

مهارات البيع

ما هو دورك كبائع ؟

تحقيق حصتك من هدف مبيعات الشركة

و

بناء مصداقية مع الزبائن

1- البيع

2- العرض

3- الخدمة

4- المهام الإدارية

عن طريق



الخدمة

وهى المسؤولية التالية للبائع وتتضمن:

- الإتصال والمرور على كل الزبائن بانتظام
- المحافظة على نظافة وترتيب المخزن
- كما هو مقرر من سجل المسار.
- الخلفى وتدوير المخزون
- (يجب إبلاغ الشرف فوراً عن أى زبون قد
- فرز وإستبدال أى منتج تالف.
- لا يكون بإمكانك خدمته كما هو مقرر)
- تنفيذ كافة العهديات التى إلتزمت
- بها مع الزبائن.
- خلق الشعور الودى والعلاقة الطيبة لدى
- الزبون والمحافظة عليها.

العرض

العرض وترويج منتجاتنا هو المسؤولية الثانية للبائع وعلينا:

- التأكد من أن منتجاتنا معروضة في أفضل موقع.
- استخدام مواد الدعاية والملصقات لتنشيط المبيعات.
- المحافظة على المساحة المخصصة لمنتجاتنا ومحاوله زيادتها دوماً.
- وضع الأسعار على منتجاتنا ولا سيما في العروض الترويجية.
- تنظيف الرفوف والمنتجات وتدويرها.
- عرض منتجاتنا حسب المعايير الترويجية للشركة.
- (وسوف نعرض ذلك تفصيلا في الجزء التالي)

البيع

وهو المسؤولية الأساسية للبائع

والبيع يعني تنمية وزيادة حجم المبيعات

ABAHE
وليس إستبدال النقص فقط وذلك من خلال

الزبائن الجدد

الزبائن الحاليين

البيع

كيف تنمى وتزيد حجم المبيعات مع الزبائن الحاليين؟



البيع

كيف تحتفظ بزبائنك الحاليين؟

- تقديم الخدمة المنتظمة
- الوفاء بالوعود
- إحترام المواعيد
- تقديرك له
- بناء ثقة متبادلة
- مساعدتك له لنمو مبيعاته وأرباحه
- الصدق والأمانة
- معالجة الشكاوى فوراً دون تأجيل

البيع

كيف تنمى وتزيد حجم المبيعات مع الزبائن الجدد؟

ABAHE

- تحديد كافة الزبائن المتوقعين وغير النشطين.
- تحديد كافة الزبائن الجدد المحتملين.
- إبلاغ المشرف بهذه الفرص والإتفاق معه على خطة إستغلال هذه الفرص
- زيارة بمفردك
- زيارة مع المشرف
- عرض أصنافنا القوية

المهام الإدارية

وهي المسؤولية الرابعة للبائع وهي تساعد في توفير البيانات للإدارة وعليك:

- الحضور إلى العمل في الوقت المقرر ببدلة نظيفة ومرتبّة
- إتمام ملء كافة السجلات المطلوبة بطريقة كاملة ودقيقة.
- التأكد من وجود كافة "أدوات البيع" معك في الشاحنة
- التأكد من تسوية الحسابات بشكل صحيح آخر اليوم.
- التأكد من نظافة وسلامة السيارة.
- تقديم تقرير عن كافة نشاطات المنافسة للمشرف.
- قيادة السيارة بطريقة آمنة ومهذبة مع احترام كافة قواعد المرور.
- حضور كافة إجتماعات المبيعات.

البيع

والآن سنتحدث عن: **ABAHE**

- 1- خطوات الزيارة البيعية:
وهي الخطوات الواجب إتباعها منذ إيقاف السيارة أمام المحل وحتى العودة إليها مرة أخرى .
- 2- خطوات العملية البيعية:
وهي الخطوات الواجب إتباعها لإتمام عملية أو صفقة البيع.

البيع

خطوات الزيارة البيعية هي:

- 1- دراسة سجل المسار وبطاقة الزبون ، تحديد ومراجعة هدف الزيارة. 6- طرح أسئلة اخرى لإقناع الزبون بفرصته لتنمية المبيعات أو لتحقيق الهدف المحدد لهذه الزيارة.
- 2- تحية الزبون أو المسؤول وطرح سؤال يثير الإهتمام.
- 3- فحص المخزون على الأرفف وفي المخزن وتدوين النقص / الإستهلاك منذ الزيارة السابقة.
- 4- القيام بعمل الترويج والعرض اللازم لمنتجاتنا.
- 5- حساب الطلبية اللازمة من كل الأصناف والعبوات على ضوء المخزون - الإستهلاك السابق - سياسة الشركة - الحملات الترويجية - توقعات إستثنائية أخرى.
- 7- إتمام البيع ، الغتفاق على الطلبية (التوقيع).
- 8- شكر الزبون وتحيته وتحديد موعد الزيارة القادمة.
- 9- تدوين كافة البيانات والمعلومات المطلوبة ولا سيما ما يتعلق بالمنافسة.
- 10- محاولة الحصول على زبائن جدد.

البيع

ABAHE

العملية البيعية قد تكون صفقة أو هدف عليك تحقيقه

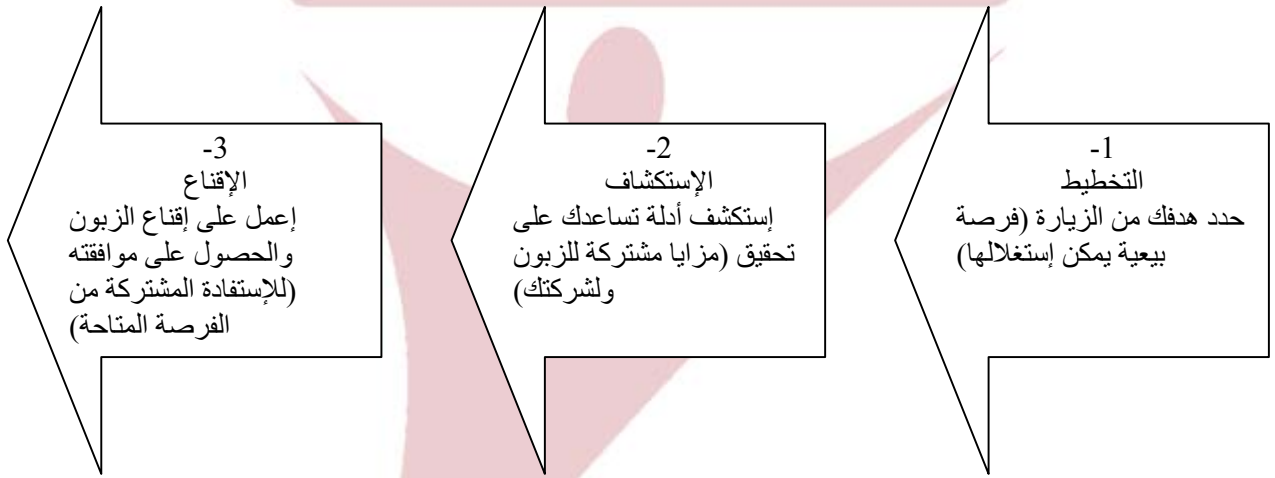
مثلاً:

- زيادة المخزون من منتج أو عبوة معينة.
- إدخال منتج جديد إلى المحل.
- القيام بعرض ترويجي إستثنائي أو إضافي.
- زيادة المساحة المخصصة لمنتج من منتجاتنا.
- تغيير مكان منتج من منتجاتنا لمكان أفضل.
- 000000000 الخ.

البيع

ABAHIE

وخطوات العملية البيعية هي:



المهارات البيعية – تمثيل الأدوار

نقاط التقييم:

التقييم:

ABAHE

نقاط إيجابية

1- التحية والسؤال.

2- وضوح الحديث.

3- الإستكشاف.

4- الإنصات.

5- التعامل مع الإعتراضات.

6- الإقناع.

7- إتمام الصفقة.

نقاط للتعديل

