مركـــز الـخـبـرات الإداريـــة والمحـاسـبية

Center of Accounting & Managerial Experts

CAME

الدورة التطبيقية المتميزة

لفن البيع

"Salesmanship"

المادة العلمية

حسين الغراب

عضو مجلس الإدارة ومدير التسويق

جمادى الآخر ١٤١٥هـ - نوفمبر ١٩٩٤م

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرس المحتويات

الصفحة

الجزء الأول (ما هو البيع)

أولاً: مفهوم البيع

- المفهوم الإدارى للتسويق. ١٢
- عناصر المزيج التسويقى. ١٣
- البيع كوظيفة هامة من وظائف التسويق. ١٤
- الفرق بين مفهوم البيع ومفهوم التسويق. ١٥

ثانيًا: وظيفة رجل البيع

- الهدف الرئيسى لوظيفة «رجل البيع». ١٧
- المهام والمسئوليات. ١٨
- كيف يقضى رجل البيع وقته. ١٩
- تعرف على موقعك داخل «سلسلة وظائف البيع». ٢٠
- كيف تصبح رجل بيع ناجح «مواصفات للنجاح». ٢١

ثالثًا: حقائق يجب أن يعلمها رجل البيع عن: ٢٣

- شركته. ٢٤
- سلعته.
- المنافسون. ٢٥
- منتجاتهم.
- أين وكيف تحصل على تلك المعلومات.
- خصائص السوق المصرية. ٢٧

الجزء الثاني: تعرف علي خبايا وأسرار عملية الشراء

٢٩

أولاً: من هو المستهلك

٣٠

١- وحدة صنع قرار الشراء.

- أدوار الشراء.

٣١

- ما الذى يجب أن يفعله رجل البيع للتعامل مع كل دور على حدة.

٢- أنواع المشترين.

٣٣

ثانياً: خطوات عملية الشراء [سلوك المشترى]

٣٦

١- سلوك المشترى.

- خطوات عملية الشراء للمستهلك النهائى.

٣٧

- الشعور بالحاجة وتحديدها.

- البحث عن المعلومات.

٣٨

تقييم البدائل.

- اختيار السلعة.

- تقييم ما بعد الشراء.

٢- أنواع المواقف الشرائية.

٤٢

- المواقف الممتدة.

- المواقف المحددة.

- الشراء المتكرر.

- جدول للتفرقة بين المواقف الثلاثة.

٤٣

- كيف يتصرف رجل البيع تجاه كل موقف على حدة. ٤٤
- المخاطر التى يشعر بها المشترى فى قرارات الشراء.
٣- العوامل المؤثرة على سلوك المشترى. ٤٧

ثالثاً: التسويق للمنظمات

١- أوجه الشبه والخلاف بين التسويق للمنظمات والتسويق للمستهلك النهائى.
٢- خطوات عملية الشراء للمنظمات. ٥٠
٣- أنواع قرارات الشراء للمنظمات. ٥١
- الشراء الجديد.
- الشراء (المعدل) المحول.
- اعادة الشراء الفورى.
٤- وحدة صنع قرار الشراء فى المنظمات.
- جدول يوضح أهم الأطراف المشتركة فى صنع قرار الشراء وفقا للأهمية النسبية. ٥٢
- جدول يوضح أهم متطلبات كل إدارة مشتركة فى صنع قرار الشراء فى المنظمة. ٥٣
- الإدارة المالية - إدارة الإنتاج - إدارة المشتريات - مهندسو المصانع - رقابة الجودة - مهندس الآلات الخاصة - تصميم الآلات.
٥- العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى للمنظمات. ٥٥

الجزء الثالث

تنمية مهارات الاتصال للبيع الناجح

٥٨
- ما هو الاتصال السليم. ٥٩
- المهارات الواجب تنميتها لتحقيق الاتصال السليم. ٦٠

أولاً: فن الاستماع ٦٢

ثانيًا: فن الاستفسار ٦٣
- لماذا يجب تعلم فن الاستفسار. ٦٤
- إرشادات للسؤال الجيد.
- أنواع الأسئلة. ٦٥
- أسئلة جمع المعلومات.
- أسئلة لاستمرار تدفق المعلومات. ٦٧
- أسئلة للتأكد من صحة المعلومات.

ثالثًا: فن الملاحظة
- القاعدة الذهبية لجمع المعلومات. ٧١

رابعًا: الاتصال بالكلمات ٧٣
- كيف تحقق الاتصال الفعال بالكلمات.

خامسًا: الاتصال «الغير شفهى» الحركات الجسدية ٧٥
- قنوات الاتصال الغير الشفهى
- جدول للتعامل مع نماذج الاتصال الغير شفهى (الاستقبال). ٧٤
- تعلم كيف ترسلها وتستخدمها للتأثير على العميل. ٧٦

سادساً: مصفوفة الأساليب الاجتماعية ٧٧
- نماذج سلوك الأفراد. ٧٨
- التعرف على الأسلوب الاجتماعى للعميل. ٧٩
- تحقيق البيع الناجح مع كل أسلوب اجتماعى مختلف. ٨٠
- كيفية تعديل السلوك للتوائم مع سلوك العميل. ٨١

الجزء الرابع ٨٢
عملية البيع
١- التنقيب عن العملاء الجدد
- خطوات عملية التنقيب عن العملاء الجدد. ٨٤
- كيف تحدد العميل المرتقب. ٨٧
- مصادر الحصول على أسماء العملاء الجدد ٨٨
- طرق الحصول على أسماء العملاء الجدد.
٢- التخطيط للمقابلة البيعية ٩١
- المعلومات الهامة عن العميل.
- تحديد ميعاد للمقابلة (باستخدام التليفون).
- الاعداد للمقابلة البيعية.
٣- تنفيذ المقابلة البيعية ٩٤
- مداخل البيع.
- طرق إجراء المقابلات. ٩٥
- مداخل جذب انتباه العميل. ٩٧
- تكوين الصلة وبناء الثقة. ٩٨

- جمع المعلومات وتحديد الحاجات والمشكلات. ٩٩
- وضع استراتيجية للبيع. ١٠٠
- تنفيذ الرسالة البيعية. ١٠١
٤- التغلب على الاعتراضات ١٠٢
- أسباب ظهور الاعتراضات. ١٠٤
- بعض أشكال الاعتراضات الشائعة.
- متى يعترض العميل؟ ١٠٥
- خطة مقترحة للتغلب على الاعتراضات. ١٠٦
- طرق وأساليب فنية للتغلب على الاعتراضات. ١٠٧
٥- إنهاء المقابلة بالشراء ١٠٩
- متى نغلق المقابلة بالشراء. ١١٠
- أوقات إغلاق المقابلة. ١١١
- علامات أو إشارات الإقفال. ١١٣
- طرق وأساليب فنية لإغلاق المقابلة. ١١٦
٦- بناء علاقة طويلة الأجل مع العميل
- سمعة المنشأة. ١٢٠
- كيف تقوم بخدمة العميل. ١٢١

الجزء الأول

(ما هو البيع)

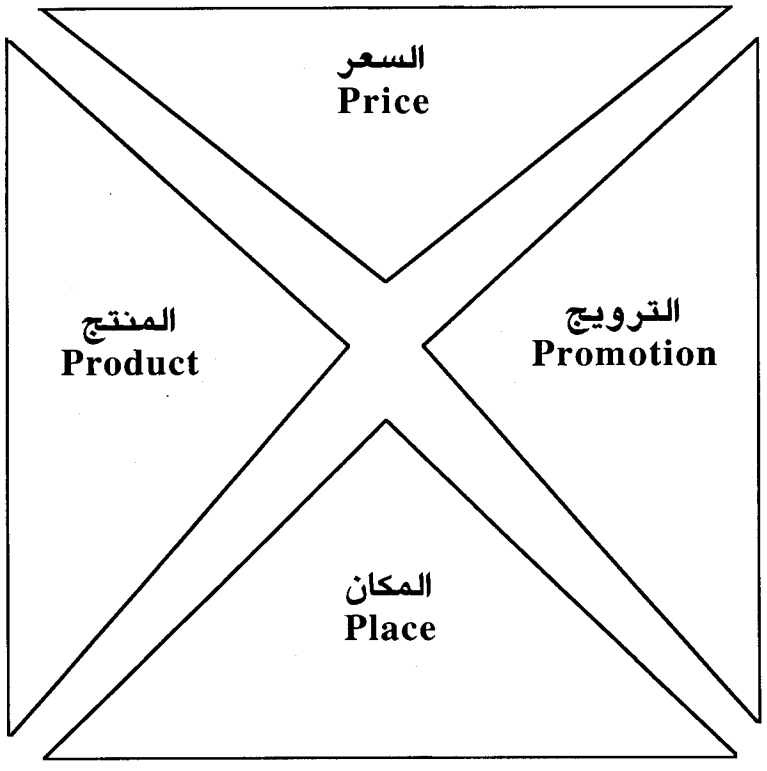
أولاً: مفهوم البيع.

ثانياً: وظيفة رجل البيع.

ثالثاً: حقائق يجب أن يعلمها رجل البيع.

البيع الشخصى كوظيفة هامة من وظائف إدارة التسويق

المفهوم الإدارى للتسويق:

التسويق نظام كلى من الأنشطة التى تصمم لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات وذلك بهدف إشباع حاجات ورغبات كل من العملاء الحاليين والعملاء المرتقبين

من ذلك التعريف يمكن توضيح وظائف التسويق فى الشكل التالى الذى يوضح عناصر المزيج التسويقى (Marketing Mix):