



المحاضرة الثانية

إدارة المبيعات

محاوالمحاضرة

- أهمية إدارة المبيعات
- أهداف إدارة المبيعات وعوامل نجاحها.
- تطور موقع إدارة المبيعات ضمن الهيكل التنظيمي
- المهارات المطلوبة في رجال المبيعات

أهمية إدارة المبيعات:

تأتي أهمية إدارة المبيعات بالنسبة للشركات من النقاط التالية:

- إن البيع من الوظائف الأساسية في النشاط التسويقي للشركات، وإذا أردنا أن تكون جهود التسويق الأخرى التي تبذلها الشركة ذات مغزى، انطلاقاً من الجهود التي تبذلها الإدارة في إنتاج منتجات تلبي الرغبات، وتسعيها بشكل جيد، وضمان توفرها عند الحاجة إليها وفي المكان المناسب، وتحقيق الترويج المعقول من خلال استخدام أدوات الترويج المختلفة لن تضمن معاملة سوقية ناجحة إذا حدث خطأ في نقطة التفاعل بين المشتري وممثل الشركة البائعة. ولذلك تعتبر إدارة المبيعات من الإدارات الحاسمة لنجاح النشاط التسويقي في الشركات.
- تساعد إدارة المبيعات في رصد حركة الأسواق واستكشاف توجهاتها والعوامل التي تؤثر على الطلب وظروف المنافسة بما يساعد الشركات في الاستفادة من الفرص المتاحة في السوق والتعامل مع المشاكل التي تواجهها بشكل أكبر.
- تساعد إدارة المبيعات في إدارة العلاقة مع الزبائن وكسب زبائن جدد والمحافظة عليهم والتوسع في الحصة السوقية للشركة بما يخدم أهدافها.
- تحقيق الإيرادات المطلوبة لتغطية التكاليف واستمرار الشركات في العمل.

أهداف إدارة المبيعات:

تنطوي أهداف إدارة المبيعات تحت الاهداف العامة للشركات بشكل عام وتحت الأهداف التسويقية بشكل خاص، وبالتالي فإن إدارة المبيعات تختلف في أهدافها من شركة إلى أخرى، ولكن توجد مجموعة من الأهداف الأساسية المناطة بإدارة المبيعات ومنها:

- الوصول إلى الأسواق المستهدفة من خلال توفير المنتجات فيها
- كسب حصة سوقية وذلك من خلال تنمية المبيعات.
- استعادة ما فقدته الشركة من الزبائن.

- المحافظة على الحصة السوقية للشركة
 - زيادة الحصة السوقية للشركة
 - المساهمة في إدارة العلاقة طويلة الأجل مع الزبائن
 - مواجهة المنافسين في السوق
 - تحقيق مستوى المبيعات المطلوب من قبل الشركة
 - تحقيق الأهداف الربحية للشركات
 - اختراق الأسواق الجديدة
- إن نجاح إدارة المبيعات في تحقيق أهدافها مرتبط بعدد من العوامل الأخرى:

- وضوح الأهداف المحددة من قبل الإدارة العامة للشركة
- إمكانية ترجمة الأهداف وتضمينها ضمن خطة عمل
- تحديد وحصر العوامل المؤثرة على عمليات البيع وتحليلها واقتراح آليات للتعامل معها.
- تحديد الإجراءات المناسبة والضابطة لتنسيق عمل إدارة المبيعات مع باقي الإدارات
- رصد ومتابعة التغييرات الحاصلة في السوق واتخاذ الإجراءات المناسبة
- توضيح الأهداف بشكل جيد للقائمين على إدارة المبيعات ومندوبي المبيعات
- تدريب وتأهيل القائمين على عمليات البيع وتزويدهم بما يلزم من أدوات.

تطور موقع إدارة المبيعات ضمن الهيكل التنظيمي:

يعتبر نشاط البيع من أقدم الأنشطة التجارية تاريخياً منذ أن كان نظام المقايضة قائماً وحتى ظهور النقد وإلى يومنا هذه يعتبر البيع من أهم الأنشطة التسويقية للشركات، وقد تطور موقع إدارة المبيعات مع تطور الأعمال والأنشطة التسويقية للشركات على النحو الآتي:

- مرحلة المفهوم الإنتاجي:

كانت جهود الشركة مركزة على عملية الإنتاج نظراً لأن حجم الطلب كان كبيراً، وكان الاهتمام بأنشطة المبيعات ضعيفاً نظراً للاعتقاد السائد بأن السوق سوف يشتري كل ما يتم إنتاجه لعدم توفر بدائل كثيرة، وكانت أنشطة البيع تتم مباشرة عبر منافذ الشركات بشكل مباشر حيث كانت المبيعات تنظم تحت إشراف إدارات الإنتاج أو الإدارات المالية.

- مرحلة المفهوم البيعي:

ساهم التطور التكنولوجي وازدياد شدة المنافسة وتنوع المنتجات واقترب مستوى الطلب من المعروض من المنتجات في الأسواق، مما دفع الشركات إلى الاستمرار في الإنتاج وتنويع المنتجات والبحث عن أفراد لديهم القدرة على بيع المنتجات للحفاظ على الحصة السوقية للشركة في الأسواق، وهو ما دفع الشركات إلى الاهتمام بشكل أكبر بأنشطة المبيعات والأنشطة الترويجية في محاولة منها لاستكشاف فرص الأسواق والتعرف على احتياجاتها وتنمية المبيعات.

- مرحلة المفهوم التسويقي الحديث:

ازداد اهتمام الشركات باختلاف أنواعها بالتسويق بعد ازدياد حدة المنافسة بشكل أكبر وتنوع المنتجات ومع هذه الاهتمام توجهت الشركات لتبني إدارة المبيعات كإدارة مستقلة متخصصة بأنشطة البيع تتبع لإدارة التسويق، بعد أن أدركت الشركات أنه لا يمكن فصل أنشطة البيع عن النشاط التسويقي.

المهارات المطلوبة في رجال المبيعات:

1- الشعور بالانتماء إلى الشركة: يساعد شعور رجل المبيعات بالانتماء إلى الشركة على القيام بعملية البيع بشكل أفضل، فالانتماء يولد رغبة بالبقاء والاستمرار والتطور والولاء والتي بدورها تقود لبذل افضل الجهود في عملية البيع.

2- مهارات الاتصال والتواصل الفعال: تمثل عملية الاتصال والتواصل بين رجال المبيعات والعملاء مفصل عملية البيع، ويجب على رجال المبيعات أن يكون لديهم مهارات تمكنهم من القيام بعملية الاتصال بشكل فعال كمهارة الاستماع والتحدث والتعبير واللباقة.

3- مهارات التحليل والتفكير: يحتاج رجال المبيعات إلى تحليل العملاء قبل مقابلة البيع وأثناء مقابلة البيع والتفكير في العناصر المؤثرة على سير عملية البيع لإتمامها بالشكل المطلوب.

4- المعرفة: إن امتلاك رجل المبيعات للمعرفة بمجموعة العناصر المرتبط بعملية البيع يمكنه من تنفيذها بنجاح، ومن اهم العناصر التي يجب ان يمتلك رجل المبيعات معرفة كافية عنها؛ هي الشركة والمنتجات والعملاء والمنافسين وظروف السوق.

5- مهارات التعاون والعمل ضمن فريق: على الرغم من وجود منافسة ضمن فرق المبيعات إلى أن جميعهم يعملون ضمن فريق، وبشكل التعاون فرصة أكبر لإنجاح عمليات البيع الفردية.

6- مهارات التفاوض والإقناع: حيث تعتبر ضرورة ملحة حتى يتمكن رجل المبيعات من إيصال منافع المنتجات إلى العملاء والتغلب على عروض المنافسين وإتمام عملية البيع.

7- الانضباط والتنظيم: إن رجل البيع المنظم المنضبط هو اكثر قدرة على تنفيذ عمليات البيع بالشكل الامثل.

8- المرونة: عملية البيع عملية معقدة تخضع لتأثير الكثير من المتغيرات وهو ما يتطلب من رجال المبيعات المرونة الكافية لتقبل آراء العملاء واعتراضاتهم، واستيعاب مشكلات البيع وتقويضها.