

إدارة المبيعات

Sales Management

المحاضرة السابعة
الاتصال وبنية الاتصال في المبيعات - مهارات البيع الأساسية

جامعة المنارة - كلية لإدارة الأعمال - د. عباس رشيد كعده

يُعد الاتصال (Communication) حجر الأساس في العملية البيعية، فهو الوسيلة التي تنتقل بها الأفكار والبيانات، والمشاعر بين البائع والعميل. حيث إن نجاح رجل المبيعات لا يُقاس فقط بمعرفته بالمنتج، بل بقدرته على نقل هذه المعرفة إلى العميل بطريقة مقنعة وواضحة ومؤثرة.

يقول: *Jobber & Lancaster (2022)* "المبيعات ليست عملية بيع منتج، بل عملية بناء تواصل يؤدي إلى الثقة والشراء".

مفهوم الاتصال في المبيعات "عملية تبادل منظم للمعلومات والأفكار بين البائع والعميل بهدف تحقيق الفهم المشترك المؤدي إلى قرار الشراء".

أهمية الاتصال في المبيعات

الاتصال هنا ذو بعدين:

- **معلوماتي**: نقل الحقائق والبيانات عن المنتج أو الخدمة.
- **عاطفي**: خلق علاقة إيجابية تؤدي إلى الثقة والتأثير.

البعد	الأهمية
اقتصادي	يسهم في رفع معدل الإغلاق البيعي وزيادة الإيرادات.
تسويقي	يعزز الصورة الذهنية للعلامة التجارية.
سلوكي	يقلل من النزاعات ويزيد من رضا العملاء.
إداري	يسهل نقل المعلومات بين الفريق البيعي والإدارة العليا.

تتكوّن العملية الاتصالية في المبيعات من ستة عناصر مترابطة تشكل **نموذج الاتصال البيعي**: (Sales Communication Model)

العنصر	الدور في الاتصال البيعي
المرسل (Sender)	رجل المبيعات الذي يبدأ عملية الاتصال.
الرسالة (Message)	المعلومات أو الأفكار التي يريد البائع نقلها للعميل.
الوسيلة (Channel)	الطريقة المستخدمة في إيصال الرسالة (كلام، بريد إلكتروني، عرض تقديمي، تواصل مباشر).
المستقبل (Receiver)	العميل الذي يتلقى الرسالة ويحللها.
التغذية الراجعة (Feedback)	رد فعل العميل (لفظيًا أو سلوكيًا) الذي يوضح مدى الفهم أو الاقتناع.
الضوضاء (Noise)	أي عامل يُشوّه الرسالة أو يقلل من وضوحها (مثل سوء الفهم أو المبالغة أو اللهجة).

أنواع الاتصال في العملية البيعية

النوع	الوصف	أمثلة
اتصال داخلي (Internal Communication)	بين أفراد الفريق البيعي والإدارة.	الاجتماعات، التقارير الدورية.
اتصال خارجي (External Communication)	بين المندوب والعملاء والموردين.	المقابلات، الاتصالات الهاتفية، البريد الإلكتروني.
اتصال لفظي (Verbal)	الكلمات المنطوقة أثناء العرض أو التفاوض.	المقابلات المباشرة.
اتصال غير لفظي (Non-Verbal)	الإيماءات، نبرة الصوت، لغة الجسد.	الابتسامة، طريقة المصافحة، الوقفة.



2- مهارة الإقناع (Persuasion Skill)

الإقناع هو عملية نفسية واتصالية تهدف إلى تغيير موقف العميل أو تأكيده لصالح اتخاذ قرار الشراء

◆ أساليب الإقناع في المبيعات:

الأسلوب	الفكرة	المثال
المنطقي (Rational Appeal)	استخدام الأدلة والبيانات.	“منتجنا يقلل التكاليف بنسبة 20%.”
العاطفي (Emotional Appeal)	التأثير عبر المشاعر والرغبات.	“ستشعر بالأمان عندما تعرف أن عائلتك محمية.”
الاجتماعي (Social Proof)	الاستشهاد بآراء وتجارب الآخرين.	“هذا النظام معتمد من خمس مؤسسات طبية كبرى.”

1- مهارة الاستماع الفعّال (Active Listening)

الاستماع الفعّال هو القدرة على الإصغاء باهتمام وفهم دقيق لما يقوله العميل، وليس مجرد سماع الكلمات.

◆ خطوات الاستماع الفعّال:

- الإنصات الكامل دون مقاطعة.
- استخدام لغة جسد إيجابية (نظرات، إيماءات، تركيز بصري).
- طرح أسئلة توضيحية.
- إعادة صياغة ما يقوله العميل لتأكيد الفهم.

◆ ما الأثر الذي يحققه الاستماع الفعال:

- فهم حقيقي لاحتياجات العميل.
- بناء الثقة.
- تقليل الاعتراضات المستقبلية.

3- مهارة التفاوض البيعي (Sales Negotiation)

التفاوض هو عملية تفاعلية تهدف إلى الوصول إلى اتفاق مرضٍ للطرفين حول شروط الصفقة أو بنودها.

◆ مراحل التفاوض الناجح:

المرحلة	المحتوى
التحضير	جمع المعلومات عن العميل والمنافسين.
العرض والمناقشة	توضيح القيمة وإدارة الاعتراضات.
المقايضة	تقديم تنازلات متبادلة دون فقدان القيمة.
الاتفاق والإغلاق	توثيق ما تم التوصل إليه بوضوح.

◆ سمات المفاوض البيعي الناجح:

- ذكاء عاطفي عالٍ.
- ثبات انفعالي.
- معرفة بالمنتج والسوق.
- قدرة على إدارة الصمت والمبادرة.

4- مهارة بناء العلاقة (Relationship Building)

بناء العلاقة يعني الانتقال من "صفقة واحدة" إلى "شراكة مستمرة"، وهو جوهر التسويق بالعلاقات.

◆ أسس بناء العلاقة الناجحة:

- الصدق والشفافية.
- الوفاء بالوعود.
- التواصل المستمر بعد البيع.
- تخصيص الاهتمام بكل عميل. (Personalization)

◆ النتائج المتوقعة:

- زيادة ولاء العملاء.
- خفض تكاليف التسويق المستقبلي.
- تكوين عملاء مروجين للعلامة التجارية

أخطاء شائعة في الاتصال البيعي

- التحدث المفرط وعدم الإصغاء للعميل.
- المبالغة في الوعود أو عرض خصائص غير دقيقة.
- تجاهل لغة الجسد أو إشارات الملل لدى العميل.
- الرد الدفاعي على الاعتراضات بدل تحليلها بهدوء.
- عدم تلخيص النقاط المتفق عليها في نهاية اللقاء.

العوامل المؤثرة في فعالية الاتصال البيعي

العامل	الأثر
نبرة الصوت	تحدد الانطباع العاطفي الأول.
لغة الجسد	تنقل أكثر من 50% من معنى الرسالة.
وضوح الرسالة	تجنب المصطلحات الغامضة.
التهيئة النفسية	ثقة المندوب بنفسه تعزز الثقة لدى العميل.
التوقيت والظرف	اختيار الوقت والمكان المناسب للعرض.