المحاضرة الثالثة: تدريب قوى البيع

تعتبر قوى البيع جزءا من راس المال البشرى للمؤسسة الذى لا بد من صقل مواهبه وقدراتة البدنية والعقلية لجعله اكثر كفاءة وقدرة للتعامل مع التغيرات المتسارعة في بيئة المؤسسة الداخلية والخارجية، وانعكاس ذلك على أدائه المطلوب بأفضل صورة، لذلك فان التدريب الناجح قادر على الوصول لهذا الهدف.

1. وسائل تحديد الاحتياجات التدريبية

هناك العديد من الوسائل والطرق التى يمكن من خلالها تحديد الاحتياجات التدريبية اهمها:

* **الملاحظة غير الرسمية:** هنا يتم مراقبة رجال البيع بطريقة غير مباشرة من اجل الوقوف على نقاط القوة والضعف في ادائهم.

* **إجراء مناقشات مستمرة مع رجال البيع:** إن الحوار والمناقشة يعنى الاستماع الى اراء رجال البيع ومقترحاتهم وشكاويهم لمعرفة ما يرغون به من دورات تدريبية تساعدهم على القيام بواجباتهم وأعمالهم بطريقة الفضل.

* **النقاش مع المشرفين على رجال البيع:** إن المشرفين على رجال البيع هم الأكثر دراية بنقاط الضعف في أداء مرؤوسيهم، وبالتالى قادرون على تقديم المقترحات اللازمة لنوع البرامج التدريبية اللازمة لهؤلاء المرؤوسين.

* **تصميم استمارة استقصاء:** يطلب الاجابة من قبل العاملين في ادارة المبيعات وذلك للتعرف علي المشاكل والمعوقات التي تعرقل عملهم وكذلك اهم المقترحات اللازمة لمعالجتها، إضافة الى انها تتضمن فقرات تخص طبيعة ونوع البرامج التدريبية اللازمة لرفع كفاءة الأداء لديهم.

* **القيام بمسح ميداني:** إن هذا المسح يشمل عينة من كافة العاملين في ادارة المبيعات داخل المؤسسة لمعرفة ما يحتاجونه من برامج تدريبية.

* **تقييم اداء العاملين من رجال البيع**: ويتم من خلال مقارنة الاداء الفعلى بما هو مخطط له وذلك للوقوف على المشاكل والمعوقات التى تحول دون الوصول للاداء المستهدف في الخطط الموضوعة ومحاولة تصحيح الاداء الفعلى من خلال تدريب وتاهيل العاملين في ادارة المبيعات.

.

2. أنواع برامج تدريب قوى البيع

تنقسم هذه البرامج الى ثلاثة انواع:

أولا: برامج تدريب وتاهيل وتنمية مهارات وخبرات رجال البيع القدامى، وهنا يركز البرنامج التدريبى على تحديث المعلومات والمعرفة مع تطوير خبراتهم وجعلهم اكثر معرفة بما يدور حولهم من تطورات مختلفة.

ثانيا: برامج تدريب وتاهيل رجال البيع الجدد، حيث ان هذه البرامج تستهدف تزويدهم بكافة المعلومات والمعرفة عن المؤسسة وسياساتها البيعية، طبيعة الاسواق والمستهلكين الذين تتعامل معهم.

ثالثا: برامج تدريب وتطوير وتأهيل المهارات الادارية لرجال البيع المرشحين لشغل وظائف ومراكز إدارية وقيادية في ادارة المبيعات.

3. أهداف تدريب قوى البيع

1. الاطلاع على التقنيات الحديثة ومواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة والتي تؤثر على أداء إدارة المبيعات.

2. تقليل الجهد والوقت والكلفة رجال البيع على إنجاز المهام المكلفين بها.

3. زيادة المبيعات والأرباح دون زيادة الأسعار

4. إكساب موظفي المبيعات مهارات وخبرات جديدة تساعدهم على البيع.

5. تمكين موظفي المبيعات من معرفة أهداف إدارة المبيعات بالمؤسسة.

6. تزويد المتدربين بالمعلومات المختلفة عن الأسواق والمنتجات التي يقومون بتسويقها وبيعها والأسعار والمنافسين وسلوك المستهلكين.

7. تقليل أخطاء العمل التي تحدث أثناء أداء المهام لموظفي المبيعات.

8. تحسين قدرات رجال البيع على التكيف مع الظروف التي تحيط بعملهم.

9. المساعدة في كيفية التعامل مع الزبائن والعملاء في حل مشاكلهم.

10. تقليل معدل دوران رجال البيع فرجل البيع الذي يجد أن المؤسسة تهتم به وتطوره وتطور عملها لا يفكر بتركها.

4. أساليب تدريب قوى البيع

هناك العديد من الاساليب او الطرق التى يتم من خلالها تنفيذ برامج تدريب وتاهيل القوى البيعية، والاكثر استخداما هى:.

طريقة المحاضرات

وفق هذه الطريقة يتم نقل المعلومات مباشرة الى المشاركين وتستخدم هذه الطريقة عندما يكون مواضيع التدريب تتضمن جوانب نظرية إحصائية ورياضية. ان نجاح مثل هذا النوع من الأساليب يعتمد بالاساس على محاضرين أكفاء وقادرين على توصيل المعلومات وادارة النقاش والاجابة على اسئلة المشاركين.

طريقة المؤتمرات

هذه الطريقة تتبع بشكل واسع في تنمية مهارات وخبرات رجال البيع في المؤسسات ورفع كفاءتها من خلال طريقة أدائها وسلوكها ويعتمد نجاح هذه الطريقة على مدى اشتراك الحاضرين فيه في المناقشات وإبداء الآراء وتبادلها، ومن المفضل ان يكون عدد المشاركين قليلا حتى يشارك الجميع بفعالية عالية لاغناء المواضيع المطروحة والتوسع فيها.

الحالات الدراسية

ضمن هذه الطريقة يتم عرض حالة عملية او مشكلة معينة على الحاضرين في البرامج التدريبية ويطلب منهم مناقشتها ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة على ضوء ما يتمتعون به من خبرات ومهارات. ويمكن الاستعانة بما يتوفر من بيانات ومعلومات حول الحالة الدراسية المعروضة عليهم لغرض المساعدة في ايجاد الحل الافضل

تمثيل الادوار

ضمن هذه الطريقة تقوم مجموعة من المتدربين بتقمص أدوار للمشكلة او الموقف ويتم تدريبهم عليها وعلى كيفية ادائها، بينما المتدربون الآخرون يراقبون سلوك القائمين بتمثيل الأدوار بهدف تحليل أفعالهم وتقويم تصرفاتهم وسلوكهم وخاصة الأساليب او القرارات التي يتخذونها اثناء هذه العملية لحل المشكلة التى أمامهم.

تدريب الحساسية

ضمن هذه الطريقة يقوم عدد من الأفراد بالاجتماع لمناقشة ما يطرح عليهم من مشكلات او حالة ويتم الحوار بينهم من أجل حل هذه المشكلة عن النقاش والمداولة. ان هذه الطريقة مفيدة في تطوير وتنمية قابلية المتدرب على فهم المشكلات وكيفية معالجتها.

الإثراء الوظيفي

وفق هذه الطريقة يتم تطوير مهارات وخبرات العاملين في ادارة المبيعات من خلال تنويع وتوسيع مسؤولياتهم وواجباتهم وفهم الصلاحيات الاضافية التي تعتبر عاملا مشجعا ومحفزا لهم من أجل تطوير خبراتهم ومهاراتهم البيعية

طريقة عصف الأفكار

يتم وفق هذه الطريقة طرح مشكلة او حالة معينة من جميع جوانبها ويطلب من المشاركين في البرنامج التدريجي وضمن سقف زمنى محدد ايجاد الحل المناسب، باستخدام ما لدى رجال البيع من مواهب ومهارة وخبرة لهذا الهدف.

العاب العمل

هذه تستخدم بشكل أساسي في التدريب العسكرى والمناورات ولكن يمكن استخدامها في برامج تدريب العاملين من القوى البيعية من خلال قيام المتدربين بتقديم عروض معينة شبيهة بالتي في واقع العمل فمثلا عروض عن عملية التفاوض التي تحدث اثناء العمل، عروض المنتجات وكيفية تقديمها للزبون.