

## المحاضرة الأولى: مدخل إلى البيع، إدارة المبيعات والبيع الشخصي

### 1. مفهوم وأهمية البيع بالنسبة للمؤسسة

تعتبر عملية البيع جزءا أساسيا من عمليات المؤسسة، حيث يعرف البيع بأنه عملية تبادل بضاعة أو خدمة مقابل قيمة مالية محددة. وتشمل هذه العملية جميع الخطوات التي تتضمن عرض المنتجات أو الخدمات للعملاء وتسهيل عملية الشراء واطمأن الصفقات بشكل ناجح يشمل ذلك البحث عن العملاء المحتملين وتحديد احتياجاتهم وتقديم العروض التجارية وتنفيذ العقود واطمأن عملية البيع بكفاءة وفعالية.

ويمثل البيع العمود الفقري للمؤسسة إذ يحقق العائد المالي اللازم لاستمراريتها ومن خلال البيع تتمكن المؤسسة من بناء علاقات قوية مع العملاء وزيادة شهرتها في السوق مما يؤدي إلى تعزيز الثقة والولاء لدى العملاء وتحقيق نجاح أطول في المدى.

وبالنظر إلى الأهمية البالغة لعملية البيع بالنسبة للمؤسسة، كان لا بد من تخصيص إدارة لتسيير وتنظيم عملية البيع بكل مكوناتها والتي تعرف بإدارة المبيعات.

### 2. مفهوم إدارة المبيعات

تعتبر إدارة المبيعات من أقدم الإدارات التي ظهرت في الهيكل التنظيمي للمنظمة وذلك لارتباطها بعملية الإنتاج، وقد استمر هذا الارتباط بين إدارة المبيعات والإنتاج إلى حين ظهور مفهوم التسويق الحديث الذي تضمن العديد من الوظائف كالترويق، التسعير، التوزيع، تحمل المخاطر، التمويل، وغيرها الأمر الذي جعل من إدارة المبيعات إحدى الإدارات التابعة لإدارة التسويق.

#### **أولاً: تعريف إدارة المبيعات**

تعرف إدارة المبيعات بأنها الإدارة المسؤولة عن تخطيط وتنظيم وإنجاز جميع الأعمال والمهام والأنشطة التي تستهدف خلق وإثارة الطلب على السلع والخدمات. وتعمل إدارة المبيعات على تحقيق أهداف القوى البيعية بفعالية وواقعية من خلال تخطيط تنظيم توظيف تحفيز وراقابة القوى البيعية والأنشطة البيعية.

#### **ثانياً: مهام إدارة المبيعات**

- القيام بالبحوث والدراسات: تقوم ادارة المبيعات بدراسة وتحليل السوق وعلى ضوء ذلك توضع الخطط العملية للمبيعات سواء من ناحية تصميم السلعة او تسعيرها او سياسة توزيعها او الاعلان عنها بالاضافة لكيفية التعبئة والتغليف. بالاضافة الى التنبؤ بالمبيعات والذي على اساسه يمكن رسم خطط الانتاج كميا ووصفيا لملاءمة حاجات العملاء. والى جانب ذلك فإن قياس ردود الفعل المتوقعة من المستهلكين تجاه السلع من شأنه السماح بالتطوير المستمر للسلع؛
- اختيار منافذ التوزيع: وهو من اهم القرارات التي تواجه ادارة المبيعات في اي مؤسسة لاجل ضمان وصول السلعة ليد العميل في الزمان والمكان المناسبين وباقل تكلفة توزيع ممكنة؛
- تشكيل القوى البيعية: ان الادارة الفعالة للمبيعات يجب ان تبدأ من رجل البيع فهو المسؤول عن تنفيذ استراتيجية البيع الشخصي، ويقع على عاتق ادارة المبيعات تحديد الاحتياجات من القوة البيعية كما ونوعا، توصيف وظيفه رجل البيع ، تدريب القوى البيعية، تحديد انظمة الاجور والحوافز للقوة البيعية، تحديد انظمة الاشراف على القوة البيعية وتقييم ادائهم؛
- التخطيط للحملة الاعلانية: لا يمكن لادارة المبيعات الاستغناء عن الاعلان اذ تقوم باجراء البحوث المتعلقة بالاعلان، تحديد ميزانية الاعلان، اختيار وسائل الاعلان، المشاركة في اعداد الاعلانات، تقييم الاعلان من خلال اثره على حجم المبيعات؛
- تنشيط المبيعات: تقوم ادارة المبيعات بالاشتراك في المعارض الدولية والمحلية، اجراء المسابقات الخاصة بتحفيز العملاء، توزيع العينات والهدايا، الخصومات الموسمية؛
- تقديم خدمات ما بعد البيع: من مهام ادارة المبيعات ايضا تقديم خدمات ما بعد البيع للعملاء لكونها تمثل عامل اغراء للعميل عند مفاضلته بين السلع المنافسة.

### 3. مفهوم البيع الشخصي

#### **أولاً: تعريف البيع الشخصي:**

يعرف البيع الشخصي بأنه عملية اتصال شخصية شفوية مباشرة بين رجال البيع والزبون المرتقب بهدف تعريفه بالسلعة او الخدمة او الفكرة ومحاولة اقناعه بها ودفعه لشرائها لاشباع حاجاته ورغباته.

قد يحدث البيع الشخصي وجها لوجه او عبر الهاتف وقد يوجه الى السمسار او العميل النهائي ويتصف بأنه يحمل المؤسسة تكاليف عالية اكثر من بقية الانواع الاخرى ولكنه يحمل مزايا محددة عندما نقارنه بالاعلان، فالاعلان يمكن ان يصل الى اسواق واسعة مستهدفة بينما البيع الشخصي يتضمن عملية الاتصال مع عدد من الافراد في سوق محددة بدقة كما ان كلفة الفرد

الواحد في البيع الشخصي تكون اعلى من كلفة الفرد الواحد في الاعلان ولكن تاثير البيع الشخصي يكون اكبر.

كذلك يوفر البيع الشخصي تغذية عكسية مباشرة تسمح للمسوقين بتعديل رسائلهم لتحسين الاتصال و الاستجابة لحاجات الزبون.

### ثانيا: اهمية البيع الشخصي:

- يمثل البيع الشخصي قلب المزيج الترويجي لمختلف السلع والخدمات؛
- يساعد على بناء علاقة مع العملاء المحتملين؛
- يساهم في معرفة احتياجات ومتطلبات العملاء؛
- يوفر تغذية عكسية تسمح للمؤسسة بتحسين وتطوير منتجاتها.

### ثالثا: مزايا و عيوب البيع الشخصي:

من مزايا البيع الشخصي هي:

- المرونة في توصيل الرسالة؛
- فاعلية الاتصال؛
- بناء علاقات طويلة الاجل مع العملاء؛
- اختراق أفضل للقطاعات السوقية المستهدفة.

من عيوب البيع الشخصي:

- تكاليف مرتفعة لكل عميل؛
- استغراق وقت اكثر.