

كتابة تقارير المبيعات



المحاضرة الأولى

الاتصال

تعريف الاتصال:

تبادل الحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المشاعر من خلال عمليات الإرسال والاستقبال من شخص إلى آخر.

أنواع الاتصال:

- الاتصال الكتابي.
- الاتصال الشفوي.
- الاتصال غير اللفظي.

أنواع الاتصال

الاتصال الشفوي	الاتصال اللفظي	الاتصال الكتابي
• يقوي روح التعاون والصداقة. • يزيل التوتر والضغط نتيجة إخراج ما في الصدور. • يشجع على تبادل الأسئلة، لذلك فهو فعال في تقريب المفاهيم. • يسرع عملية تبادل الأفكار والمعلومات و الآراء، فهو يوفر الوقت والجهد.	• يوضح ردود الفعل العكسية. • مؤثر في الروح المعنوية للموظفين، حيث أن الأفعال تحدث بصوت أعلى من الكلمات. • له أثره البالغ لدى الموظفين ذوي الكفاءات والثقافة العالية.	• يسهل الرجوع إليه لتحديد المسؤوليات. • يوثق المعلومات للاستفادة منها في المستقبل. • يضمن نقل بعض المعلومات والأجوبة لعدد كبير من العاملين.
مثل: • المقابلات الشخصية. • المكالمات التلفونية. • اللجان والاجتماعات والمؤتمرات. • المحاضرات.	مثل: • الإيماءات. • حركات الوجه. • السكوت، الغضب، الانفعال. • السلام باليد. • الابتسامة.	مثل: • التقارير، المذكرات. • المنشورات، الشكاوى. • اللوحات البيانية. • وسائل الإيضاح البصرية. • الجرائد الحائطية.

الاتصال

أهمية الاتصال:

1. القدرة على إنجاز الأهداف تتوقف على كفاءة الاتصالات.
2. الاتصالات تمثل جزءاً كبيراً من أعمال المدير اليومية.
3. ضرورة أساسية في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي للجمهور والعاملين في المنظمة.

الاتصال

مميزات الاتصال المكتوب:

- تتميز هذه الطريقة في الاتصال بكونها تدمج كلا من المرسل والمستقبل بإطار مرجعي مكتوب وقانوني، يمكن الرجوع إليه في أي وقت.
- تعتبر طريقه منخفضة التكاليف، حيث يمكن توزيع الرسالة المكتوبة على عدد كبير من المستقبلين.
- فعالية الرسالة المكتوبة تعتمد في المقام الأول على قدرة المرسل على صياغة الأفكار وتوضيحها بطريقه فعالة.

التقارير

تعريف التقرير

هو تصور لموقف اجتماعي أو اقتصادي أو ثقافي، وعادة يهتم بتوضيح الإيجابيات والسلبيات المتعلقة بالموقف، وهو مجال من مجالات التفكير لعرض وجهة نظرك وأفكارك للآخرين..



التقارير

فوائد استعمال التقارير:

هناك العديد من الفوائد الرئيسية التي تحققها المؤسسات جراء استعمالها للتقارير منها:

(1) إجراء تغيير في الإجراءات والسياسات وفلسفه المؤسسة، حيث إن معظم التغيرات هي نتيجة اقتراحات قدمت في تقرير معين.

(2) التبوء بالحاجات: حيث أن هناك تقارير تشير إلى وجود حاجات معينة يجب توفيرها للمنظمة. مثل الحاجة إلى زيادة عدد العاملين في إدارة معينة، أو الحاجة إلى تطوير إجراءات السلامة الصناعية داخل المؤسسة .

التقارير

(3) مقارنة الإنجاز بمعايير الأداء: وهذا يعني استعمال التقارير في الرقابة وخاصة في رقابة التكاليف.

(4) تخفيض التكاليف: المفروض أن تشير التقارير إلى ضرورة تخفيض التكاليف في المؤسسة
أو تشير إلى الوافرات الممكن تحقيقها نتيجة تطبيق التوصيات والمقترحات التي تضمنها التقرير.

التقارير

خصائص التقرير الجيد:

هناك عدة خصائص يتميز بها التقرير الجيد من أهمها:

- (1) هدف أو غرض التقرير: كل تقرير فعال يجب أن يكون هناك سبب لكتابته.
- (2) الإيجاز: كلما كان التقرير موجزا كان أفضل، يجب أن يكون مختصراً، مباشراً، وألا يكون الإيجاز على حساب الشمول والكمال.
- (3) الوضوح: يجب أن يكون التقرير واضحاً ومفهوماً وبلغه غير غامضة.
- (4) التوثيق: يجب أن يكون التقرير موثقاً قدر الإمكان ومدعماً بمعطيات موضوعية، والغرض من التوثيق هو تمكين القارئ من اتخاذ قرار غير متحيز.

التقارير

(5) التاريخ: يجب أن يكون للتقرير تاريخ، وأن تحدد الفترة الزمنية التي يغطيها التقرير.

(6) الإجراء الواجب اتخاذه: يجب أن تتضمن التقارير توصية بما يجب عملة كنتيجة معطيات الوارد ذكرها في التقرير.

(7) التوضيحات: يقال « الصورة أفضل من ألف كلمة»، لذلك فإن التقرير الذي يتضمن خرائط ورسوما بيانية توضيحية أفضل من التقرير الذي يتضمن مجرد كلمات.

إعداد التقارير

وتتم عملية إعداد وكتابة التقارير بخمس مراحل:

1. مرحلة الإعداد.
2. مرحلة التنظيم و البناء الهيكلي.
3. مرحلة الكتابة.
4. مرحلة المراجعة.
5. مرحلة الطباعة، والإخراج العام للتقرير.

إعداد التقارير

أولاً: مرحلة الإعداد: ويتم في هذه المرحلة تحديداً الآتي:

1. الإطار العام للتقرير (الموضوع أو المجالات التي يغطيها التقرير).
2. معرفة الهدف من كتابة التقرير.
3. ما الذي أريد تحقيقه من هذا التقرير؟
4. من الذي طلب التقرير؟ من الذي يحتاج إليه؟
5. الاستخدامات المتوقعة من التقرير.
6. معلومات التقرير.

إعداد التقارير

ثانيا: مرحلة التنظيم والبناء الهيكلي:

يتم في هذه المرحلة تصميم وتحديد مايلي:

1. المنطق العام للتقرير: الأفكار الرئيسية وارتباطها بموضوع التقرير، ووضع العناوين الرئيسية المناسبة والعناوين الفرعية لكل عنوان رئيسي، والتأكد من تسلسلها المنطقي داخل التقرير، وارتباط النتائج التي تم التوصل إليها بالحقائق المجمعة.
2. الهيكل العام للتقرير: الذي يجب أن يتضمن ثلاثة أجزاء أساسية:
 - بداية التقرير.
 - صلب التقرير.
 - الخاتمة.

إعداد التقارير

وعند صياغة التقرير يجب مراعاة مايلي:

لا بد من مقدمة يبين فيها الكاتب الدوافع التي دعت إلى كتابة التقرير والمعلومات التي استعملها في اتخاذ قراراته.

- عرض مسلسل ومرتب للبيانات التي يراها مهمة في توضيح آرائه ومعلوماته.
- خاتمه موجزة يوضح فيها كاتب التقرير رأيه حيال موضوع التقرير.
- إعادة قراءة التقرير قراءة متأنية لاستدراك ما فاته أو تصحيح ما أخطأ فيه سهواً.

إعداد التقارير

ثالثاً مرحلة الكتابة:

على الرغم من أهمية مرحلتى الإعداد والبناء الهيكلي للتقرير فإنهما غير كافيتين لضمان جودة التقرير، وغالبا ما يتطلب الأمر من كاتب التقرير كتابة مسودة أو أكثر قبل الوصول للشكل النهائي للتقرير، ولعل أصعب مهمة هي كتابه المسودة الأولى، ولتسهيل ذلك على الكاتب فإنه ينصح بعدم إعطاء اهتمام كبير في هذا الوقت بقواعد اللغة أو أسلوب الكتابة، حيث إنه من المرجح أن تخضع هذه المسودات لتعديلات كثيرة.

إعداد التقارير

ويجب على الكاتب أن يراعي الآتي في مرحلة الكتابة:

1. أن يكون التقرير واضحا وملخصا وكاملا ودقيقا.
2. أن تكون الفقرات قصيرة ويتضمن كل منها موضوعا واحدا.
3. أن يكون الانتقال من فقره إلى أخرى بسلاسة ويسر.
4. استخدام وسائل الإيضاح المناسبة للمعلومات التي تعرض.

إعداد التقارير

رابعاً المراجعة:

1. يجب التأكد من مناسبة أسلوب الكتابة للقارئ، وتطبيق قواعد الكتابة (المقدمة، الخاتمة).
2. وضوح القواعد العامة للكتابة.
3. منطقيه وتنظيم التقرير.
4. صحة هجاء الكلمات ومراعاة قواعد اللغة.

تحليل التقارير

مهارات جمع وترتيب وعرض المعلومات:

البيانات والمعلومات:

تشير البيانات إلى الحقائق والأرقام والحروف والكلمات والإشارات التي تعبر عن فكرة أو شيء ما أو موقف محدد كأرقام المبيعات وأرقام الإنتاج.

أما المعلومات فهي حقائق منظمة تفيد مباشرة في اتخاذ القرارات، وتشير إلى ناتج تشغيل البيانات التي تصف أحداث العمليات التي تقع في المنظمة، وإخراجها في شكل له معنى للمستخدم (الإدارة) مثل معدل دوران البضاعة، نسبة السيولة... الخ.

تحليل التقارير

ولا بد أن تتوفر في المعلومات الخصائص التالية:

1. الدقة.

2. ارتباطها باحتياجات المستخدمين.

3. الشمول.

4. التوقيت المناسب.



تحليل التقارير

البيانات	المعلومات
• حقائق غير منظمة لا تفيد مباشرة في اتخاذ القرارات.	• حقائق منظمه تفيد مباشرة في صنع القرارات.
• بمثابة مادة خام في نظام المعلومات.	• بمثابة المنتج في نظام المعلومات.
• مدخلات لنظام المعلومات.	• مخرجات لنظام المعلومات.

تحليل التقارير

دورة حياة البيانات:

- توليد البيانات: وهي المرحلة التي يتم فيها خلق البيانات ويمكن توليد البيانات بواسطة الفرد

من خلال الملاحظه أو بواسطة الآلة.

- تشغيل البيانات: بمجرد خلق البيانات بعد توليدها يتم إجراء مجموعة من الخطوات اللازمة لتشغيلها

منها: التحويل إلى صور أو وسائل للعرض، النقل من مصادرها إلى التخزين ثم إلى التشغيل ثم إلى الاستخدام،

فالتخزين ثانية، التشغيل، (التصنيف والفرز وإجراء العمليات الحسابية والتسجيل والتجميع).

تحليل التقارير

دورة حياة البيانات:

• استخدام البيانات:

يتم إرجاع المعلومات التي تم الحصول عليها إلى مراكز اتخاذ القرار حسب احتياجاتها، وترتكز القيمة الفعلية للبيانات عندما يتم تشغيلها وتحويلها إلى معلومات، تعتمد فائدتها على المعايير التالية: دقة المعلومات، درجة الاعتماد عليها، توقيت الحصول عليها، تكلفه تخزينها، وعلى ذلك فهناك حاجة مستمرة إلى مراجعة محتويات ملفات البيانات لحذف البيانات غير الهامة.

كتابة التقارير

عشر نصائح ليكون تقريرك فعالاً:

- أن يكون كاملاً، دقيقاً وصادقاً.
- أن يكون مختصراً بقدر الإمكان وبسيطاً.
- أن يكون موضوعياً غير محكوم بآرائك ورغباتك وأحكامك الشخصية.
- له بداية ووسط ونهاية.
- له ترتيب وتتابع منطقي وتقسيم وترقيم الأجزاء.
- أن يكتب في لغة واضحة ومباشرة.
- أن يقدم في الوقت المطلوب تقديمه فيه (الملائم).
- استخدام الإيضاحات البيانية كلما كان ذلك ممكناً.
- أن تكون له خلاصه تعبر عن معطيات التقرير.
- خالياً من الأخطاء.

المحاضرة الثانية

إجراءات وخطوات الرقابة البيعية

التقارير البيعية:

- وهي من أهم وسائل الرقابة والتقييم في تسجيل الأداء الفعلي.
- كما أنها من وسائل تحفيز رجل البيع على تطوير أدائه إذا عرف أنه سيسجل كل ما قام به آخر كل يوم، مما يدفعه للرقابة على نفسه.

أنواع التقارير البيعية

1- تقارير رجال البيع:

- تقرير عن الخطة البيعية: وهو عبارة عن خطة يرسمها رجل البيع لنفسه لفترة قادمة .
والهدف من هذا التقرير أن يرسم رجل البيع خطته بنفسه كما أن الإدارة تستخدمه لتقييم أدائه.
- تقرير عن الزيارات البيعية: ويتضمن معلومات عن الزيارات التي قام بها رجل البيع وماذا حقق خلالها، وما هي السلع المنافسة الموجودة ووقت الزيارة.. إلخ.
- تقرير عن المصروفات: ما هي المصروفات التي صرفها، وفيم صرفها، والهدف من هذا التقرير دفع رجل البيع لمراقبة مصروفاته وعدم التبذير فيها.

أنواع التقارير البيعية

- تقرير عن العملاء الجدد: من هم، متي زارهم، كم عددهم، ما هي حجم طلبياتهم، أين أماكن تواجدهم.. إلخ.
- تقرير عن العملاء المفقودين: من هم، وكم عددهم، ولماذا فقدتهم المنشأة.
- تقرير عن الشكاوى والمرتجعات: ما هي الشكاوى، وكم عددها وما هي كمية المرتجعات وما هي الأسباب.
- تقرير عن الحالة العامة للسوق: وفيها تسجل الحالة الاقتصادية لكل منطقة، وما هو مستوى الطلب، والمنافسة... إلخ.

أنواع التقارير البيعية

2- تقارير مديري الفروع:

يقوم مديرو الفروع بكتابة تقاريرهم عن نشاط فروعهم ونشاط رجال البيع في مناطقهم وأي معلومات أخرى، ورفعها إلى المركز الرئيسي، كما تتضمن هذه التقارير:

- تقييما شاملا لرجال البيع في المنطقة.
- معلومات عن حجم المبيعات المحققة حتى كتابة التقرير في المنطقة.
- معلومات عن أنشطة المنافسين وسلعهم.

أنواع التقارير البيعية على المدى الزمني

التقارير اليومية:

المبيعات الفعلية النقدية - المبيعات الآجلة - المبيعات بشيك - الضرائب والرسوم - الاسترجاعات - الصافي النقدي - الصافي الأجل وغيرها من البيانات.

مع عمل تفصيل لمبيعات كل صنف على حدة حتى يتم معرفة مدى نجاح كل صنف، وعلى ضوءه يتم تقييم ذلك المنتج أو تلك الخدمة.

التقارير الأسبوعية:

يحتوي التقرير الأسبوعي على نفس التفاصيل السابقة ولكن بصورة إجمالية للأسبوع كاملاً.

أنواع التقارير البيعية على المدى الزمني

التقارير الشهرية:

يحتوي التقرير الشهري تفاصيل التقرير الأسبوعي مع وجود مقارنة لنفس الشهر في السنة السابقة، ومقارنة مع الهدف المرصود لذلك الشهر، مع تبيان النسبة بالزيادة والنقصان وتحليل أسباب الزيادة والنقصان.

التقارير الفصلية:

التقرير الفصلي يحوي نفس بيانات التقرير الشهري ولكن لثلاثة أشهر تعتبر فصلا، فالسنة تحوي أربعة فصول.

أنواع التقارير البيعية على المدى الزمني

التقارير النصف سنوية:

التقرير النصف سنوي مثل التقرير الفصلي ولكن فيه بدائل وحلول لغرض زيادة المبيعات في النصف الثاني من السنة.

التقارير السنوية:

التقرير السنوي مثل النصف سنوي مع وجود تفاصيل أكثر في التحليل للتقرير. وهناك تقارير أخرى شاملة لا يوجد فيها تفاصيل عن نوعية المبيعات، إنما الإجمالي المحقق مقارنة بفترة سابقة ومقارنة بالهدف المرصود ثم يرفق به تقرير تحليلي وتوصيات.

إجراءات وخطوات الرقابة البيعية

ثالثاً: تقييم الأداء:

وفي هذه الخطوة يتم مقارنة الأداء الفعلي بالمعايير المحددة، وهذه الخطوة تعتبر من أصعب الخطوات وأهمها، وترجع أهميتها إلى أنه يترتب على هذه الخطوة اتخاذ قرارات مهمة مثل تغيير الخطة الموضوعية، وزيادة الحوافز، وتخفيض الأسعار، أو زيادة الإنفاق في بعض المجالات، ولذلك يمكن القول أن نجاح أو فشل المنشأة أو الإدارة يتوقف بدرجة كبيرة على هذه الخطوة.

إجراءات وخطوات الرقابة البيعية

رابعاً: اتخاذ الإجراءات التصحيحية:

إن المقارنة بين الأداء الفعلي والمعيّار تنتج عنه إجراءات تهدف إلى تعديل أو تقليص أو إلغاء الفروق بين الأداء والمعيّار (إن وجدت). والتصحيح يكون عموماً في أحد اتجاهين:

1. تعديل الأداء الفعلي وتصحيحه ليتماشى مع المعايير الموضوعة.
2. تعديل المعايير الموضوعة (الخطّة) لتتماشى مع الأداء الفعلي في حال كشف عملية التقييم عن عدم إمكانية تحقيق المعيار (الهدف).



شكراً لكم