

مهارات البيع للمحترفين

مقدمة

هتتعرف عن وضع الاهداف البيعية
وتعرف البيع وصفات رجل المبيعات
الناجح وكيفية تحويل المزيا الى فوائد
ومعالجة الاعتراضات

تحديد الاهداف البيعية

- يجب ان تكون اهداف واضحة ومحدده
- واقعية و قابلة للقياس
- متوافقة وذات جدول زمني محدد

تعريف البيع

هو العملية التي يستخدم فيها المنطق
والخفاياق والارغام والحس الشخصي
للتأثير او اقناع الطرف الاخر للموافقة
على اقتراحاتك وتلبية متطلبات
واحتياجات العميل

اهمية ودور رجل المبيعات

- بيع منتجات الشركة ومساعدته العملاء
في اعاده البيع
- بناء علاقات قوية مع العملاء - اعلام
الشركة بأنشطة السوق والمنافسين

مبادئ البيع

- المعرفة الجيدة للعملاء وللمنتجات
- تعريف العملاء بالفوائد العائده لهم من
منتجاتنا او خدماتنا
- تحديد احتياجات العميل وامكانياته يدقه
- توقع ومعالجة الاعتراضات
- المستلخك يريد قيمة مقابل الثمن الذي
يدفعه
- المندوبين الاكثر نجاح يبيعون العائده
للعامل أكثر من مجرد مزايا
- تختلف قيمة المنافع من عميل لآخر فلا بد
من مراقبة رد فعل العميل

مهارات الاتصال

- الهدف منها خلق جو من الراحة
والصراحة مع العميل حتى نستطيع
الوصول الى الخفاياق بوضوح ودقة
- هناك عدة عوامل تؤثر على
الاتصال منها

درجة الانفتاح - الصراحة حيث مدي
حساسية الموضوع بالنسبة للفرد
وطريقة تعاملنا مع الموضوع

الاستماع : ساعد المتحدث ان يتكلم
بحرية وتظهر حسن الاهتمام ولا تعارض -
حافظ على اتصال العين بالعين
والاهتمام بلفه الجسد - كن صورا ولا
تكن محادل أو ناقد

اسأل اسئلة تساعد العميل على الحديث
والمنافشة ولا تنشغل بأي افكار شخصية

عقبات الاتصال الصريح

- عقبات التواصل : الاصرار على وضع
معين - عبارة تقييمية - عدم وجود هدف -
ضغط الوقت
- علامات انتهاء الاتصال : التبرير - لوم
الآخرين - العدا - عدم الاهتمام

اسلوب البيع المقنع

- فلسفة المصلحة المتبادلة win win situation
- تلخيص الموقف
- اذكر الفكرة بحيث تكون واضحة ومحدده
- تلي احتياجات العميل تقترح على
العميل تنفيذ عمل محدد
- اعد التأكيد على الفوائد الرئيسية التي
ذكرتها في تلخيص الموقف
- اتمام الصفقة - الاعلاق

- الاحد بالاعتبار البيئة المحيطة بالعمل -
- الاهداف واستراتيجيات العميل - احتياجاته
- تأثير المنتج او الخدمة على احتياجات
العميل

اشرح كيفية تنفيذ الفكرة موضع
مميزات وفوائد المنتج للعميل - اسأل
اسئلة لاشراك العميل - كن مستعد
لاستلة واعتراضات العميل

كن ايجابيا وافترض انك ستحصل على
الموافقة

اجعل الامر سهلا على العميل لبدء
التنفيذ واستعمل اساليب ايجابية لانمام
الصفقة

عوائق اتمام الصفقة

- الخوف من رفض المنتج او الخدمة
- الشعور بأن طلبك بالموافقة على
الفكرة سوف يؤثر على علاقتك بالعميل
- اتمام الصفقة بطريقة مائعة وعدم طلب
اجراء معين من العميل
- عدم الاستعداد الكافي بالمعلومات
الكاملة

معالجة الاعتراضات

الاعتراض بين ان العميل مهتم بالشراء
وانه يستمع لما تقدمه له وغالبا يكون
الاعتراض بشكل سؤال من العميل
ويحتاج الى معلومات اضافية

يوجد نوعين من الاعتراضات حقيقي
وغير حقيقي وعادة تكون عامة ومبهمة

خطوات معالجة الاعتراضات

- حدد الاعتراض الحقيقي وافهم الاعتراض
وهي مرحلة جمع المعلومات
- التأكد من فهم الاعتراض ثم المعالجة
وهي مرحلة نقل المعلومات
- قلل من العوائق عن طريق تقديم
الفوائد بشكل بارز

اساسيات البيع للتجزئة

التغطية - التوزيع - التسعير - الترويج
شروط التغطية الصحيحة :

- خطة التغطية اقتصادية وفعالة
- مواعيد زيارة العملاء ثابتة ومعروفة
- بتم مسح المنطقة بشكل دوري
لاكتشاف أي عملاء جدد
- وصف خط السير هو توصيف جغرافي
لخط السير بكافة تفاصيله بداية من
خروج المندوب وزيارته للعميل الاول
والى اخر عميل تفصيل جغرافي وان
كان من خارج البلد مدعم بخريطة
تفصيلية للمنطقة وبيانات العملاء

التوزيع وهو نسبة تواجد المنتجات عند
العملاء وتصنيف العملاء كمنتجات core
line

- اهميته : عدم انقطاع اي منتج او وصف
عند عميل - ضمان توزيع كل الاصناف
وقت العروض - ارجال الاصناف الجديدة
لكل العملاء وناسرع وقت
- التركيز على الاحجام الاساسية وهي
المهم تواجدها في كل المنافذ ولا يمكن
معارضة منفذ البيع الا بعد تواجد الاحجام
الاساسية
- تقارير التوزيع تتم عن طريق خط السير
- تقرير التوزيع الشهري

التسعير وينقسم الى قسمين :

- التأكد من ان السعر الذي يشتري به
التاجر على حسب تصنيفه ونسب
الخصم التي تمنح من خلال التقييم
الصحيح للعمل
- هو سعر البيع للمستهلك من خلال التاجر
والتأكد من السعر الصحيح الذي يبيع به
التاجر

الترويج وهي العملية النهائية التي يقوم
بها رجل البيع :

الحفاظ على وضع المنتج في مكان جيد
بالمحل وبشكل ظاهر وجذاب

تدفق المستهلكين - تأثير المبيعات

تصميم المتجر يؤثر على قرارات الشراء
حيث يستقبل المتسوقون بنسبة 85%
مما ينقل من خلال الاحساس
والمشاهدة

الرفوف : يوضع الصف في اول الفئه
التي يتبع لها وتأخذ الصف مساحة على
الرف حسب حصته

اساسيات العرض ورض المنتجات حيث
يجب ان يكون المنتج في متناول يد
المستهلك وبري جوده وسعر المنتج
بسهولة ووضوح

خطوات الزيارة البيعية الناجحة

التخطيط والتنظيم - الاستعداد

مراجعة الاهداف

الاهداف اما بيعية اما ترويجية فابحث عن
فرص لزيادة حجم العمل مع العميل -
ابحث عن الميسافات الفارقة ابحت عن
الاساليب الترويجية لدي المنافسين

التقديم الناجح

اشرح للعميل كيفية اكمال النواقص
وتقديم المنتجات الجديدة

الاشارات البيعية

الاشارة : اعلى البيع بفعل وهذا يعتبر
افضل طرق الاعلاق - قدم اختيار - اطلب
طلب - اعلاق تحذيري - اعلاق تأكيد -

طلب العميل توضيح نقطة معينة مره
ثانية او يتفق معك في الرأي

العميل يجيب على استئلك بشكل ايجابي
ويتسوضح عن خدمة ما بعد البيع

- حسن المظهر - خط السير - الادوات
المساعدة
- التخطيط للزيارة - فكر في نوع الاسئلة
والمخاوف التي ممكن بوجهها العميل لك
العروض
- عمل كشف الريف لمعرفة ما يحتاجه
العميل وارصد المنتجات المتاحة
- كشف المخزون واعداد الطلبية حيث
مراجعة الفراءات في المخزون -
مراجعة التحضير - اعداد الطلبية

كن ايجابي - واثق من نفسك - تم
الصفقة بنقه - وضع كل التفاصيل باخبار
وضح سبب قوي لاتخاذ قرار الشراء الان