

### IIIIV- تحفيز قوى البيع

إن التحفيز لرجال البيع كوظيفة ضمن إدارة المبيعات لا تقتصر أهميته كوظيفة إدارية لذلك لابد من إلمامها بالاهتمام الكبير ضمن إدارة المبيعات ككل وإدارة القوى البيعية بشكل خاص نظرا لما يتحقق من نتائج ايجابية على القوى البيعة وإدارة المبيعات ككل، وغالبا ما يتم الارتكاز على التحفيز المادي المتمثل في المكافأة.

#### 1. تعريف تحفيز القوى البيعية

إن التحفيز ضروري في أي عملية إدارية لأجل التقليل والقضاء على الروتين وخلق المبادرة وتقديم الأفضل من قبل رجل البيع، كون ان رجل البيع في اتصال مباشر مع العالم الخارجي من زبائن ووسطاء وبالتالي قد يختلف الجهد المبذول من طرف كل منهم عن الآخر سواء في نفس نقطة البيع أو في المناطق المختلفة، لذلك لابد من خلق حافز لرجل البيع حتى يبيع منتجات المنظمة بكل المهارات الخاصة به، كون أن التحفيز هو ما يقوم به مدير المبيعات لأجل دفع رجال البيع على أداء مهامهم بأفضل شكل من خلال التشجيع .  
فمكافأة رجال البيع تعد من أهم العوامل التي تؤدي إلى تشجيعهم على بذل وتقديم أقصى جهد ممكن لتحقيق الأهداف المرجوة، وزيادة المبيعات، وتقديم خدمات عالية المستوى للزبائن، والمحافظة على سمعة وصورة المنظمة.

#### 2. عوامل تحفيز رجال البيع

- إن تحفيز رجال البيع ينطوي أو يتم بناءا على عدد من العوامل المحددة في ما يلي:
- ✓ الاستماع لاقتراحات رجال البيع كون أنهم ذو اتصال مباشر مع الزبائن ومعرفة ما لا يعرفه مدير المبيعات بالمنظمة.
- ✓ التقدير كونه يشجع رجل البيع على العمل بكفاءة وشعوره بالرضا ودفعه للعمل لزيادة جهوده.
- ✓ خلق الشعور بالانتماء لدى رجل البيع واعتباره جزء هام من إدارة المبيعات.
- ✓ الاهتمام بالجانب الاجتماعي لرجل البيع.
- ✓ مكافأة رجل البيع مقابل ما يقدمه بجهد.

#### 3. طرق تحفيز رجال البيع

إن تحفيز رجال البيع يتراوح بين الطرق المادية وبين الطرق المعنوية، حيث نجد ضمن كل منهما أساليب عدة والتي نسعى لتوضيحها بالنقاط الموالية:

**الطرق المعنوية لتحفيز رجال البيع:**

- تنظيم المسابقات بين رجال البيع وتحديد الهدية التي تكون من نصيب من يقدم الأفضل أو من يبيع الأكثر أو من يجذب أكبر عدد من الزبائن وغيرها من مواضيع المسابقات لرجال البيع.
- المؤتمرات التي تنظمها المنظمة أو تشارك بها فقط حيث تعطي لرجال البيع بتمثيلها أو تقديم أنشطتهم بها كنشاط تدريبي أو تكويني .
- المجالات الخاصة برجال البيع التي تصدرها المنظمات حول إدارتها ككل أو حول منتجاتها وكلما اشترك رجال البيع في هذه المجالات وتم نشر ما يقدمونه خلال أداء مهمهم كلما زادهم ذلك تشجيعاً على بذل الأفضل في عملهم.
- نظام الاقتراحات وهو عندما تعطي المنظمة أو إدارة التسويق والمبيعات فرصاً لرجال البيع لأجل تقديم أفكارهم واقتراحاتهم التي تحسن من العمل الذي يشعر رجل البيع بأهمية ما يقدمه لإدارة المبيعات.
- الجوائز في أغلب الأحيان تكون هذه الجوائز في شكل هدايا شرفية وتكريماً كالميداليات والشهادات والإجازات وغيرها التي تترك الأثر الإيجابي الكبير في نفسية رجل البيع الذي تم تحفيزه.

#### الطرق المادية لتحفيز رجال البيع:

- مكافأة رجل البيع تكون مادية حيث ترتبط بما يحصل عليه رجل البيع من دخل لما يبذله من جهد، حيث هذه المكافأة تكون على شكل مرتبات أو عمولة أو الاثنين معاً.
- توجد ثلاثة طرق من المكافآت التي يمكن استخدامها لتحقيق الأهداف المرغوبة وهي:
- أ- **طريقة المرتب الثابت:** بمقتضى هذه الطريقة يحصل رجل البيع على مرتب كل فترة زمنية محددة لقاء جهوده البيعية. وتتلخص مزايا هذه الطريقة فيما يلي:
- السهولة في التطبيق؛
- يمكن باستخدام هذه الطريقة معرفة تكاليف البيع الشخصي لفترة زمنية مقبلة بكل دقة؛
- أما عيوب هذه الطريقة فهي: وله:
- تقتصر هذه الطريقة على توفير الدافع الاقتصادي اللازم لتحريك رجل البيع لتحقيق مبيعات عالية؛
- تشكل عبئاً ثقيلاً على أكتاف إدارة المنظمة لتقييم أداء كل رجل من رجال البيع؛
- تؤدي إلى ارتفاع التكاليف المالية للمنظمة خاصة في حالة انخفاض مستوى المبيعات؛
- ب- **طريقة العمولة:** بمقتضى هذه الطريقة يحصل رجل البيع على عمولة ثابتة أو تنازلية عن كل وحدة يقوم ببيعها من المنتجات، وتتصف هذه الطريقة بثلاث مزايا:
- العمولة دافع اقتصادي قوي يقوم بتحريك رجال البيع لأداء وظيفتهم على أكمل وجه ممكن، إذ تعني زيادة المبيعات في هذه الحالة زيادة دخل رجل البيع؛

- هناك علاقة طردية بين تكاليف البيع والمبيعات، أي تكاليف البيع تزيد عندما تزداد المبيعات وتقل عندما تنخفض المبيعات ؛
- بواسطة هذه الوسيلة يمكن تركيز الجهود البيعية على بعض السلع دون بعضها الآخر، والحصول على تعاون رجال البيع في تخصيص وقت أطول ومجهود أكبر لبيعها؛  
أما عيوب هذه الطريقة تتمثل في:
- يصعب على إدارة المنظمة التغيير في مهام رجال البيع، خاصة إذا كان رجل البيع يتركز في المناطق البيعية التي يكثر فيها البيع؛
- ج- **الجمع بين طريقتي المرتب الثابت والعمولة** وهو ما تستخدمه معظم المنظمات في وقتنا الحاضر نظام المكافأة رجال البيع بالجمع بين طريقتي المرتب الثابت والعمولة، والغرض من هذا تحقيق فوائد كل من هاتين الطريقتين والتخفيض من عيوبها بقدر الإمكان. وتتميز هذه الطريقة بما يلي:
- تصلح هذه الطريقة عندما يقوم رجال البيع بمجموعة من الأنشطة المختلفة، والتي قد تشمل الجهود البيعية وغير البيعية ؛
- تسمح بتخفيض حدة ارتفاع تكاليف البيع في المواسم التي تنخفض فيها معدلات بيع السلع .