

المحور الرابع: رقابة وتقييم الأداء البيعي

أولاً: الرقابة على المبيعات

1. تعريف الرقابة على المبيعات

الرقابة وظيفة إدارية تتم من خلال الاتصالات المباشرة وهي إشراف على أساس العلاقات المتبادلة ويكون هذا الإشراف مركزي عندما يمارس المدير الرقابة على أساس المعلومات الواردة من عمال البيع.

2. خطوات الرقابة على المبيعات

تتطوي عملية الرقابة على المبيعات على الخطوات الآتية:

- تحديد المعايير الرقابية على المبيعات: أولاً يتم تحديد النتائج المطلوب تحقيقها بيعياً، والأداء اللازم لتحقيق هذه النتائج، ثم تترجم هذه البيانات إلى معايير دقيقة تستخدم كمؤشر في متابعة تنفيذ الأعمال البيعية.
- قياس الأداء ومقارنته بالمعايير الرقابية ثم اتخاذ اللازم: يتم قياس النتائج الفعلية والأداء الفعلي ومقارنتهما بالمؤشرات الموضوعية، وذلك من أجل تحديد الاختلافات سواء كانت بالسلب أو بالإيجاب؛ لمعرفة أسبابها والتعامل معها بما يلزم.

3. أدوات الرقابة على المبيعات

تتعدد أدوات الرقابة على المبيعات، وتشمل ما يلي:

- الموازنة التقديرية للمبيعات.
- التقارير البيعية عن الأداء.
- المراجعات الداخلية.
- تحليل النشاط البيعي.
- الملاحظات الشخصية.
- الملاحظات من العملاء.

ثانياً: تقييم الأداء البيعي

1. مفهوم تقييم الأداء البيعي

يقصد بتقييم الأداء مقارنة الأداء الفعلي لرجل المبيعات بالأداء المستهدف، وذلك بقصد التعرف على أوجه التميز أو القصور. الهدف من التقييم هو توفير المعلومات لرجل المبيعات عن مستواه فيما يتعلق بأدائه، وذلك لمساعدته على التطور المستمر والمحافظة على الأداء المرتفع.

ترجع أهمية التقييم إلى العديد من العوامل، مثل تقييم إمكانية إضافة واجبات جديدة لرجل المبيعات، أو توسيع دائرته الجغرافية، أو ترقيته، أو نقله، أو تقييم وتحليل التغييرات المفاجئة التي قد تطرأ على أدائه، أو الكشف عن أوجه القصور الموجودة في مجالات الاختيار والتدريب والإشراف.

2. أهداف تقييم الأداء البيعي

تشمل أهداف تقييم الأداء ما يلي:

- رفع الروح المعنوية للعاملين وزيادة إنتاجيتهم عبر تشجيع المتميزين منهم.
- الوصول إلى نقاط الضعف في أداء المبيعات حتي يمكن معالجتها والتغلب عليها.
- معاونة الإدارة في إعادة تنظيم أعمال المبيعات والعلاقات ما بين إدارة المبيعات والإدارات الأخرى بما يصب في مصلحة المؤسسة ككل.
- الحكم على مهارات رجال المبيعات واقتراح الدورات التدريبية الأنسب لهم.
- معرفة مستويات الأداء في الفروع والمناطق المختلفة ومقارنتها ببعض.
- التأكد من أن عمليات البيع تؤدي وفقاً للأصول والأهداف المقررة.
- التأكد من توافر الانسجام بين مختلف فرق العمل البيعية.

3. معايير تقييم أداء رجل المبيعات

فيما يلي عرض لمعايير تقييم أداء رجل المبيعات:

- الإنجازات الفعلية من المبيعات والتحصيلات.
- قوة العلاقات مع العملاء.
- التعاون مع أفراد جهاز المبيعات.
- الاستجابة للتوجيهات الإدارية.
- مدى الاستفادة من الأساليب والأدوات الترويجية في أعماله.
- جودة مقترحاته لزيادة المبيعات وتنشيط التحصيلات.
- موضوعية ودقة المشاركة في إعداد خطط وبرامج البيع.

4. أسباب انخفاض الأداء لرجل المبيعات

تمثل النقاط التالية أبرز أسباب انخفاض الأداء لرجل المبيعات:

- عدم التعرف على العميل بصورة جيدة في بداية المقابلة.
- التعجل في تقديم العرض البيعي للعميل من دون تحديد احتياجاته.

- عدم إضفاء قدر ملائم من الجو الاجتماعي على المقابلة.
- الاهتمام بتنفيذ عملية البيع بغض النظر عن ظروف العميل.
- عدم الاستماع الفعال للعميل والتظاهر بالاستماع بدلاً منه.
- عدم الالتزام بالوعود مع العملاء أو المبالغة في تقديمها.
- عدم متابعة العميل بعد إتمام البيع للاطمئنان على استفادته.
- عدم التصرف بحرفية ومهنية مع العملاء المرتقبين.