



مقدمة

تعتبر إدارة المبيعات من الأمور المعقدة والمتداخلة، لأنها تتطلب نتائج حاسمة في تحقيق عملية الشراء. وهنا تكمن مهمة مندوب المبيعات في تحديد تلك الحاجات، وتجميع المعلومات عن المستهلك من حيث دوافعه للشراء واهتماماته. ومن هذا المنطلق سنحاول في هذا الجزء إسقاط الضوء عن مفهوم البيع الشخصي، ومن ثم شرح إدارة عملية البيع الشخصي، وصولاً إلى مهارات البيع الشخصي وموقع المستهلك من كل ذلك.

مهارات البيع الشخصي

وهنا تجدر الإشارة إلى أن عملية تنمية مهارات البيع الشخصي تعتمد على

سبع مراحل وهي:

- مرحلة البحث والتحري عن المشتري
- مرحلة تحديد الحاجة والمشكلة
- مرحلة العرض والتقديم
- مرحلة التعامل مع الاعتراضات
- مرحلة التفاوض
- مرحلة إنهاء الصفقة البيعية
- مرحلة المتابعة

مداخل جذب الانتباه بالاعتماد على البيع الشخصي

يواجه مندوب المبيعات في مهنته العديد من المستهلكين، وقد يتعامل معهم

بأسلوب تفاوضي مختلف، ومن أهم مداخل التفاوض مع المستهلك نجد:

- مدخل التركيز على المنفعة: ويتم ذلك عن طريق استغلال فرصة الحديث مع المشتري المرتقب بطرح مندوب المبيعات سؤال يربط به تشجيع المشتري فوراً على المنافع التي يقدمها المنتج المعروض، مثل: طرح مندوب مبيعات وكالة سياحية على الزبون المرتقب، هل تود الحصول على رحلة سفر مريحة وممتعة وبأسعار مغرية؟.
- مدخل الإثارة: يقوم مندوب المبيعات وفقاً لهذا المدخل على توجيه سؤاله بكل أمانة وصدق، مثل: ما رأيك يا سيدي في أن توفر (25%) من تكلفة السفر بدون أي تضحية من ناحيتك من حيث الراحة.
- المدخل الدرامي: ويكون ذلك عن طريق التمثيل، فالتمثيل يؤدي إلى جذب الانتباه، ويبلغ أفضل تأثيره عندما يستند مندوب المبيعات المشتري المستهدف إلى الحركة، مثال ذلك أن يقول مندوب المبيعات للعميل: مقاعد طائرتنا مريحة للغاية، اجلس عليها وجربها بنفسك.
- المدخل الواقعي: يستخدم مندوب المبيعات في هذه الحالة حقيقة ما متعلقة بالمنتج على جملة افتتاحية مشوقة، مثلاً: هل تعلم يا سيدي أنا نصف المسافرين يتنقلون عبر وكالتنا؟.
- مدخل تقديم المساعدة: وأساسه أنه هناك القليل من الأفراد يستطيعون مقاومة مساعدة تقدم لهم مباشرة. ومثال ذلك: بإمكانك مساعدتك سيدي في الحصول على رحلة ممتعة.
- مدخل تقديم الهدايا الرمزية: يركز هذا المدخل على أن معظم الأفراد يحبون الحصول على أشياء دون مقابل، مثل: الهدايا الرمزية أو العينات المجانية.
- مدخل المسح والاستقصاء: حيث يقوم مندوب المبيعات بجمع معلومات مسبقة عن المستهلك المحتمل وبعد ذلك يقوم بتحضير مجموعة من الأسئلة التي سيطرحها عليه

تعريف

يقصد بالبيع الشخصي "الاتصالات الشخصية الهادفة إلى إخبار المستهلك وإقناعه بعملية شراء المنتج" وفي تعريف آخر "البيع الشخصي ينطوي على عملية اتصال إقناعي، تستهدف استمالة السلوك الشرائي للمستهلك" وهنا لابد من التذكير بأن عملية البيع الشخصي تتم من خلال الاتصال الشخصي المباشر، وعلى هذا الأساس يعتبر البيع الشخصي عملية البحث عن مستهلكين لهم حاجات ورغبات محددة ومساعدتهم على إشباع تلك الحاجات، وإقناعهم لاتخاذ القرار المناسب لشراء السلعة أو الخدمة التي تتفق مع أذواقهم وإمكانياتهم الشرائية.

الأهمية

- تدعم كل ما تحتاج إليه برامج التسويق من معلومات يتم تجميعها.
- تعمل إدارة البيع الشخصي على جمع كل المهام التي تستخدمها الشركة.
- تعمل إدارة البيع الشخصي على البحث والاستقصاء عن حاجات ورغبات المستهلكين.
- معرفة ما هو سليم أو غير سليم للقيام بكافة الأعمال والنشاطات الفكرية التي تساعد على تدفق السلع والخدمات من الشركة إلى المستهلك.

التخطيط لعملية البيع الشخصي

يجب على إدارة التسويق تحديد دور البيع الشخصي ضمن باقي عناصر المزيج الترويجي، فالمطلوب هنا تحديد جهود البيع الشخصي مقارنة مع العناصر الأخرى، وعلى العموم تمر عملية التخطيط للبيع الشخصي بالخطوات التالية:

- تحديد أهداف البيع الشخصي لكل منتج على حدى
- تحديد إستراتيجيات البيع الشخصي
- تحديد طريقة توزيع ميزانية البيع الشخصي
- إدارة أفراد البيع الشخصي

علاقة المستهلك بخطوات العملية البيعية

يجب تتبع خطوات مهمة في عمليات البيع والشراء بدءاً من تحديد المستهلك المرتقب، ثم تقديم العرض البيعي وإقناع المستهلك بالشراء، وأخيراً عملية اتخاذ قرار شراء المنتجات المعروضة.

- مرحلة ما قبل التفاعل
- مرحلة التفاعل
- مرحلة ما بعد التفاعل

