

عليه
الصلوات
الأولى

إعداد

سيد زيان

مقدمة

أحمد الله عز وجل الذي هبني لي الظروف في إخراج
عمل أحسبه خيراً ومفيد كمرجع أساسي لدراسة
المبيعات .

فكرة هذا العمل

- ✓ شرح مبسط وسهل لكل المواقف والمشاكل التي
يمكن أن تواجهنا .
- ✓ الإفادة الشاملة في شتى مجالات البيع .
- ✓ القواعد الأساسية التي تصنع لك النجاح .
- ✓ هل تعوقك بعض المشاكل في العملية البيعية ؟
- ✓ هل تريد أن تحصل على ترقية بأسرع وقت ؟
- ✓ هل تريد أن تحصل على أعلى راتب في مكانك ؟
- ✓ هل تشعر بأن مديرك يكرهك وأنت تحاول إرضائه
دون فائدة؟
- ✓ هل تسعى للحصول على احترام زملائك
وعملائك ؟
- ✓ إذا كنت تريد حل هذه المشاكل فأقرأ و استوعب
ونفذ .

سيد زيان

حب العمل

- استيقظ مبكرا وكن نشيطا وضع في حساباتك الزمنية أن تترك وقتا لتناول الفطور وفتحان من الشاي وطبعا وقت للصلاة .
- تأكد أنك في نعمة كبيرة بهذا العمل فمعظم الشباب لا يجدوا عمل بسهولة فالبطالة هي دمار للذات لا تدركه إلا إذا جربته.
- حب كل زملائك ومديريك وكل من تتعامل معهم وعاملهم بتسامح إن واجهوك بحقد وكره وسلبيه فتذكر أن تكون دائما الأحسن والأقوى باحترامك.
- استمتع بعملك كله مهما زادت مشقته فسوف تحس بالراحة والاستمتاع بعد أن ترى النتائج.
- لا تهدر وقتك حتى لا يمر ببطئ ولكن استفد منه بكامله ستري أن اليوم سريع جدا ومشوق.

- يجب أن تراعى ضميرك في عملك حتى يجعل الله راتبك مليء بالبركة والخير .
- لا تفكر في أخذ أجازة إلا للظروف القصوى الطارئة أو في حالة أنك تريد أن تصفى ذهنك بعد ضغط كبير جدا.
- ضع نصب عينيك هدفا طويلا المدى في مجال عملك و أسعى على تحقيقه.
- نمى إحساسك بأنك صاحب العمل أو الشركة وأنك لست موظفا بها تعمل من أجل الراتب.



احترام العميل

➔ كسب إحترام وثقة العميل هما أهم شيء في العملية البيعية وهما ما يميز المندوب المحترف عن المندوب العادي .

➔ الثقة بينك وبين العميل سهلة أما بناء الاحترام هو أصعب ما يمكن فالثقة تكسبها من بعض المواقف مثل:

- أن توضح له فائدة العروض ومميزاتها .
- تنصحه ببعض الأشياء الخاصة بعملك .
- إقترح عليه كميات مناسبة مبدئياً من البضاعة حتى لا يشعر أن أهم شيء عندك هو البيع .
- اشرح له الفاتورة وخصوماتها حتى يفهمها .
- أظهر له بعض الأخطاء الحسابية في حساباته تدينه .
- إذا كان هناك عرض بكمية معينة وأراد أن

يأخذ نصف العرض لا توافق على هذا فإنه غالبا ما يكون اختبار منه وذكره إن فعل هذا معك فإنه يضر بمصلحة العمل وانه إذا قسمت العرض فمن الممكن أن أخفى عليه عروض بعد ذلك .

👉 أما عن الاحترام فإنه يتكون من أول لقاء مع العميل فأجعله يشعر بأهميتك بالنسبة له وحافظ على ذلك
👉 اهتم بمظهرك.

👉 لا تحدثه في مشاكلك وأمورك الخاصة .
👉 تأكد من وجود أدواتك معك.

👉 كن على استعداد لأي سؤال داخل العمل فهذا يتطلب معرفة كل شئ عن منتجاتك جيدا وأوزانها وأسعارها ومسحوباتها والعروض ووضع منتجاتك بين المنافسة وأرقام المنافسين وكل التفاصيل الدقيقة التي يمكن أن يتطرق لها الحوار وأخبار السوق المحلي والعالمي والموسمية .

احترام الزملاء

احترام زملائك لك يضعك في المقدمة فسياسة العمل لا بد أن تتمتع بالمرونة وحتى يكون زملائك مرنين معك في التعامل يجب أن تتحلى بالاحترام معهم .

لـ من هم زملائك ؟

- هم كل من تتعامل معهم داخل عملك بداية من العامل والأمن والإداريين والمخزن والمديرين والمشرفين .

لا ترفع صوتك أبدا على أحد منهم حتى إن كنت صاحب حق فرفع صوتك يضيع حقك ولكن تأني في التفكير وتكلم بالبراهين والأرقام وسياسة العمل .



قيم نفسك

الفاشل فقط هو الذي لا يرى في نفسه أية أخطاء ولا يعترف بخطأه حتى إذا أجمع الكل على أنه مخطئ.

فالعيوب موجودة بكل إنسان مع فارق إذا كانت عيوب بسيطة أو معقدة .

الشخص الناجح هو الذي يضع أمامه كل عيوبه وسلبياته ويحاول التغلب عليها بالترتيب والمواجهة والتحكم بالنفس فبذلك يظل يسعى دائما للأحسن عكس الفاشل يبقى على عيوبه حتى تنمو وتكبر وتصبح أوبئة خطيرة يستحيل علاجها.

كيف تعرف مميزاتك وعيوبك؟

- اجمع زملائك وأعطى لكل واحد ورقة لكي يكتبوا السلبيات والايجابيات التي تخصك مع تذكيرهم أن الصراحة هي المطلوبة

نفس الوضع افعله مع عملائك ومع أصحابك
وأقاربك وكل من تعرفه.

يفضل الكتابة حتى تستعين به بعد ذلك
عكس المواجهة بالوجه يكون بها بعض الخجل
وعدم الصراحة .

حدد الإيجابيات ونقاط القوه عندك وزد منها .
حدد السلبيات ونقاط الضعف عندك وركز
عليها كي تعالجها وكلما أحسست بأنك الآن
ستفعل سلبية قد ذكرك بها شخص ما تجنبها
وضع الحل المناسب.

ضع لنفسك خطة زمنية تتراوح من ٣ شهور إلى
سنة للتخلص من سلبياتك .

كرر رأى زملائك مرة أخرى
إذا وجدت أن السلبيات قد
قلت فأنت بالفعل تمضى
على الطريق الصحيح للنجاح
ويجب عليك الاستمرار بذلك



الْقَلَمُ صِيَادٌ



بطبيعة الإنسان وفطرته
دائماً يستعجل كل شيء
ودائماً ينسى أغلب الأشياء
وحتى إن لم ينساها فسوف
يظل يذكر نفسه بها حتى
ترهق تفكيره ويجعله
ينسى أشياء أخرى وما

حاجتنا لكل هذا الإرهاق فحلها سهل جدا
وبسيط

احتفظ دائماً بقلم وأجندة صغيرة أو ورقة في
جيبك

إذا تذكرت شيء يجب أن تفعله أو راودتك
فكرة لتطويع عملك فعليك تسجيلها فوراً لأن
الأفكار تتطاير.

إذا كان حل الشيء سهل ويمكن حله بوسيلة

سرّعة ولا تضّيع وقتك فقم بعمله فوراً فإن لم تحصل على نتيجة فقم بكتابته .

اكتب كل ما تريد إنجازه في يومك القادم ليلاً راعى ترتيب أولوياتك من حيث الأهمية ومن حيث الوقت اللازم لانجازها .

قم بتحديد وقتك وأكتب مهامك مع مراعاة أن ما تكتبه يأخذ أقل من وقتك المتاح بمدة صغيرة وهذه المدة توضع تحت بند أي أمر عاجل لا ينتظر ويجب أن تحصل على نتيجة فيه فوراً.



كيفية تحقيق هدفك



حاول أن تركزي في أول
عشرة أيام من الشهر وأن
تحقق فيهم نصف هدفك
فهذا يريحك باقي الشهر
اعرف هدفك جيداً ثم
أضف عليه من عشرة إلى

عشرون بالمائة حسب طبيعة الشهر والعمل .
قسم هدفك على عدد أيام العمل.

اجمع المحقق يوميا وتأكد أنك موازي لهدف الوقت
الذي مضى (هو أن تقسم أيام العمل المنقضية
على أيام العمل الكلية وتضربه بالمائة) .

إذا احتجت أن تعمل أيام العطلات فننفذ ذلك.
اعمل على أن تزور أغلب كبار العملاء عندك
في أول الشهر.

التغطية الجيدة لكل العملاء يريحك عندما
يقبل البيع .

أنظر إلى خط سيرك الذي أنت كتبتة بيدك
يمكنك أن تلاحظ بعض العملاء الغير
متعاملين قم بتجميعهم في ملاحظتك واذهب
إليهم إذا كنت قد زرت كل العملاء ولم تحقق
هدفك بعد.

اضغط على العميل لزيادة الأرصدة عنده حتى
تقلل من حصة المنافس في السوق وبالتالي تجعل
العميل ملتزما معك بعمل فاتورة حتى لو
الأرصدة كافيته عنده.

تكلم في كل منتج على حدا و أعطه حقه في
أن تعرفه جيدا للعميل وتشرح له مدى استفادته
منه.

حاول أن تكون توزيعات منتجاتك عند
العميل ١٠٠٪ أي أن كل أنواعك موجودة عنده
ولكن مع فارق الكميات فلا تضغط عليه في
المنتجات التي لا تتحرك عنده بسرعة.

خطوط السير

عند بداية عمل خطوط السير أو عند تجديدها يجب أن تراعى الخطوات الآتية :-

معرفة كل القرى والشوارع والمناطق الموجودة بالمنطقة وذلك عن طريق الاستعانة بالخرائط والاستعانة بمعلومات الغير مثل السائقين.

جرب أي طريق فرعى تراه وأنت تصنع خط سيرك فقد يكون نتيجه أن تحصل على عميل جديد.

قد تكون أبعد المناطق التي لا تريد الذهاب إليها بها أقوى العملاء فلا تخمن ولكن جرب.

قم بعمل ورقة خط سير واجعلها تحتوى على المسلسل والاسم والتليفون والعنوان .

إذا رأيت أن الرسم الكروكي لمكان العميل قد يفيدك فقم بعمل هذا الرسم.

إملا كل تفاصيل ورقة خط السير.

يتراوح خط السير من ١٠ إلى ٤٠ عميل حسب نوع

المنتج المباع أو نوع القناة البيعية التي تخدمها
فكلما كانت القناة البيعية أعلى كلما قل
عدد العملاء لأن كل عميل يأخذ وقت أطول
لخدمته .

يجب أن تراعى في تقسيم المناطق على خطوط
سيرك محاولة المساواة بينهم في قوتهم الشرائية
حتى لا يكون يوم قوى وآخر ضعيف .

المناطق التي تخدمها في نفس اليوم يجب أن
تكون قريبة من بعضها حتى لا تضيع أغلب
الوقت في الطرق بينهم .

إذا كنت تخدم منطقتك كل أسبوعين فراعى
أن يكون خط سيرك السبت الأول قريب من خط
سير السبت الثاني إذ كانت منطقتك تخدم كل
أسبوع فحاول أن يكون خط سير السبت قريب
من الثلاثاء وكذلك باقي خطوط السير أي الأحد
قريب من الأربعاء والاثنين قريب من الخميس وذلك
لأن هناك بعض العملاء يجب أن تزورهم مرتان

بدلاً من مرة واحدة لتقليل عملية النفاذ ولقوته الشرائية وللعروض ولأنه تنقصه بعض المنتجات فبذلك تكون قريب منه مرتين في الأسبوع. عند كتابة العملاء في خطوط السير اكتبهم بالترتيب كما تذهب إليهم فلا تكتب أحدا وتترك الآخر حتى لا تنسى أن تذهب إلى عميل. قم بكتابة كل العملاء الموجودين بمنطقة المتعامل وغير المتعامل وتذكر أن تذهب لغير المتعاملين فسوف يأتي الوقت ويتعاملوا معك. اكتب اسمك وميعاد زيارتك ورقم تليفونك عند كل عميل أو بواسطة ورق لاصق وضعه في مكان ظاهر للعميل ذلك يجعله يتذكر ميعادك دائماً ويكون جاهزاً لك.



العروض وكيفية الاستفادة منها

أولاً يجب مراجعة العرض جيداً ووضع كل الاحتمالات لأسئلة العميل (الخصم صافى المنتج) حتى تريح العميل من التفكير وتوضح له فائدة العرض .

ثانياً يجب معرفة القوة الشرائية لكل عملائك في كل المنتجات .

لا تجعل العميل يضيع بين العروض كلها إذا كان عندك أكثر من عرض .

إذا كان عندك عرض واحد فيجب أن تجعل كلامك في هذا العرض بعد عمل الفاتورة إلا إذا كان تواصل العميل معك ضعيف أما إذا كانت العروض كثيرة فتكلم في عرض واحد ثم سجل ما يريده العميل ثم انتقل إلى العرض الآخر. إذا كان هناك شريحتان لنفس المنتج فأذكر للعميل الشريحة التي تناسبه فقط حتى لا تضع

نفسك في موقف أنه يريد أعلى خصم بأقل كمية مع العلم بأنه وقت العرض المفروض أن يأخذ العميل على الأقل ضعف مسحوباته .
يمكن الاستفادة ببعض العروض في عمل توزيعات جديدة عند العملاء حتى تحقق لك نمو فيما بعد .

مثال :



إذا كان هناك عدد قطع أو عدد كراتين معين يستحقه العميل كخصم أو عرض يمكن استبداله بالأنواع التي تريد إدخالها عند العميل فهي تعتبر مجانية فلن يرفضها (بعد الرجوع إلى الشركة) .

استفيد من العرض أيضا بإخبار العميل أنه يجب أن يخفض السعر حتى يبيع أكثر وبالتالي سوف يطلب أكثر (في بعض المنتجات) .
إذا كان العميل لا يحب عرض منتجاته فمن الممكن أن تضع له شرطا لكي يأخذ العرض أن يعرضها لك في مكان ظاهر .



نصائح هامة

هذه بعض الأفكار والنقاط يجب أن تبقىها في ذاكرتك دائما .

لا تنتقد العميل مطلقا ولا تضعه في موقف محرج
مثلا:

أن تقول له أنك فعلت شيء خطأ وكان يجب ألا تفعله.

اذهب إلى عملائك بترتيب الطريق أي لا تذهب لشخص ثم ترجع لأخر فهذا يعطى انطباعا سيئا للعميل ويجعل عملية التواصل معه معقدة .



شرح مبسط لدورات البيع

أساسيات البيع

١- التغطية

بمعنى أن يكون عملائك بنسبة ١٠٠٪ من عدد العملاء الموجودين بالمنطقة وأن تبحث دائماً عن عميل جديد أو منطقة جديدة وأن تزور العميل باستمرار.

٢- التوزيع

عدم انقطاع أي صنف أو حجم من أصنافنا وأن تحاول أن تكون نسبة توزيع منتجاتك عند العميل ١٠٠٪.

٣- الرفض - العروض - الظهور

كما نعرف أن معظم البيع يتم من خلال ظهوره ووضعه بمكان جيد لكي يراه العميل ولا بد أن يأخذ الصنف مساحة داخل المكان تعادل حصته.

٤. التسعير

يجب وضع سعر على المنتجات يكون واضح وسهل التعرف إليه وان تقدم للعملاء سعرياً مقترح من السوق المحلى ومن الشركة .

الفرق بين الميزة والفائدة

الميزة :

تكون عادة للمستهلك وهى خصائص الصنف

الفائدة :

تكون عادة للعميل وهى قيمة الصنف وربحيته يجب أن تربط الميزة بالفائدة عند العميل فمثلاً منتج نسبة ربحه ضعيفة للعميل فتكون الفائدة قليلة فلا بد أن أوضح ميزته وعرضه للمستهلك وأحوله إلى فائدة بسبب سرعة دورانه الذي يعود بالربح للعميل .

خطوات الزيارة

١- التحضير للزيارة :

حضر أهداف الزيارة ورتبها حسب الأولوية

☺ اعرف عميلك

☺ جهز أدواتك

☺ تتم خارج المحل

٢- تحية العميل .

٣- تفقد المخزون .

- كشف الرف .

☺ تتم عادة عند عملاء التجزئة

☺ سجل النواقص

☺ تكون الأصناف معروضة بالصورة الصحيحة

☺ سجل ملاحظتك عن المنافس

☺ مواد الدعاية والترويج

(ممکن أشوف أخبار بضاعتنا عندك إيه)

- كشف المخزن:

☺ سجل رصيد المخزن

(عندك بضاعة من منتجاتنا غير اللي معروضة)

٤- مراجعة الأهداف : تجهيز وإعداد الطلبية :

تتيح لك تعديل أهدافك حسب كشف الرف
والمخزن

(ثواني عشان أفيدك بكل الفرص اللي معايا)

٥- التقديم :

خطوات البيع المقنع

الهدف البيعى : وهو تحديد أولوياتك قبل دخولك
للعميل

تلخيص الموقف :

١- الظروف الحالية :

(زى ما حضرتك عارف يا أستاذ)

احتياجات العميل :

(وأنا عارف إنك بتحب)

٢- العوائق : تذكره بأمثلة تدلل على كلامك

فرص الاستفادة :

(واللي يقولك على فكرة تزود ربحك وتفيدك
في)

٣- اذكر الفكرة :

(وفكرتي ليك النهاردة إنك تستفيد ب.....)

٤- كيفية تنفيذ الفكرة :

(خليني أقولك هانعمل كده إزاي وده عن طريق
إني هانزل)

٥- إعادة التأكيد على الفائدة :

(وزى ما قولتلك أنت استفدت)

٦- تجميع الطلبية :

(ودي فاتورتك بقيمة)

- التسجيل :

سجل متطلبات العميل فوراً بعد سماعها منه

٧- تسليم الطلبية

٨- الترويج :

الاهتمام بعرض المنتجات وتنظيفها وترتيبها
بحسب نسبة بيعه

فكرة الترويج الأساسية هي التركيز على المستهلك فإن كان المستهلك الذي يطلب المنتج سنه صغير توضع المنتجات في مستوى نظره .
إذا كان المنتج من المواد الترفيهية والجديدة يوضع في مكان ظاهر لكل شخص يدخل المكان مثلاً عند الكاشير .

٩- إكمال الزيارة

١٠- تحليل الزيارة :

راجع أهدافك وتأكد من تحقيقها .

كر في كل زيارة أي جملة أو شيء أحسست أنه جاء بنتيجة جيدة معك .

ابتعد في الزيارات المقبلة عن أي شيء أحسست أنه لم يفيد عملية البيع أو أنه أغلق الحوار مع العميل .



معالجة الاعتراض

- ١- حدد الاعتراض الحقيقي .
عند مواجهة اعتراض أعد ذكره على العميل ثم
اسأله عن أي اعتراضات أخرى .
اعرف كل اعتراضات العميل .
اسأل العميل ما هو الاعتراض الأكثر أهمية
وتأكد من أنه الاعتراض الحقيقي للعميل .
(وايه تانى)
- ٢- افهم الاعتراض
دقق في الاعتراض .
اسمع أكثر من العميل عن الاعتراض حتى
تفهمه جيدا لكي تتمكن من حله .
- ٣- تحقق من فهم الاعتراض
تحقق من فهم الاعتراض عن طريق ترديده
للعميل وتطلب موافقته على ذلك .
(يعنى إيه فهمني أكثر)

خذ وعد من العميل أنه إذا تم حل المشكلة أن
يقتنع بفكرتك ويشتري منك .

٤. عالج الاعتراض :

استعمل التجارب والأمثلة التي حدثت فيها هذه
المشكلة وقد تم حلها .

(زيارة تمثيلية)

(التقديم)

هدفى هو إدخال منتج جديد عند العميل

(شيبسي جامبو ٥ جنيه)

إيه أخبار الشغل معاك أنا شايف إن البضاعة اللي

في الإستاند خلصت

عندك بضاعة تانى غير اللي معروضة على

الإستاند

أنا ظبطلك شوية فرص عشان أعرف أفيدك

بكل العروض والفوائد اللي معايا

زى ما أنت عارف إن إحنا داخلين على شهر رمضان

وشغل العائلي بيزيد في الفترة دي .

واللي أعرفه عنك إن أنت بتحب تنزل كل حاجة
عشان تزود أرباحك
طب اللي يقولك على فرصة تزودك دخلك
تسمعه ؟

فكرتي ليك النهارده إن هانزلك شيبسي جامبو
وهانعمل كده إزاي

باني هانزل فقط ١ كرتونه من كل طعام
وبكده تبقى استفدت النهارده أصناف جديدة
بعرض كويس وبكده كل حاجتك تمام
ثواني أطبعلك الفاتورة على ما ننزل البضاعة
(إن كان البيع مباشر)

أما إن كان البيع غير مباشر فأكد عليه أن
البضاعة سوف تصلك في الوقت المحدد الذي لا
يزيد عن ٤٨ ساعة .

وكمان هاعرضهولك هنا وأدى البوستر بتاعه

حل المشاكل

هناك بعض المشاكل التي يقف عندها دون أن يرى الحل ولكن بإتباع هذا الأسلوب العملي يمكنك التغلب على أي مشكله سواء كانت في حياتك العملية أو الخاصة .
اتبع الخطوات الآتية واكتبها جيدا .

تعريف المشكلة

اعرف هدفك الرئيسي وحدد ما تحتاجه من هدف وتأكد من أنه الهدف الصحيح والمشكلة الصحيحة

تحليل المشكلة

- اطرح بعض الأسئلة وأكتبها وأكتب إجاباتها
- إيه اللي حصل غلط
- إيه العناصر التي سببت هذه المشكلة
- من له علاقة بالمشكلة

البث عن الحلول الممكنة

اكتب العديد من الحلول ولا تقيمها سواء كنت ترى أن الحل خاطئ أو صواب
لا تحكم مسبقا على أي من الحلول المحتملة
ركز في كل حل جيدا

تحليل الحلول

حقق في كل النقاط الخاصة بالمشكلة اكتب
سلبيات وإيجابيات كل حل مقترح
لا تقيم أيًا من الحلول

الخيار الأفضل

انظر إلى الحل ككل
استخدم تقديرك وخبرتك
قم بعمل تصويت إذا كنت مع جماعة

التعليقات النهائية القائمة

اكتب الخطوة المقبلة

كيف ستحقق الحل

تقنيات حل المشاكل

(٥ لماذا)

تستخدم هذه التقنية لتحديد السبب الجزري للمشكلة وهي أكثر الطرق شيوعا في مجال المبيعات .

طريقة استئصالها

اكتب المشكلة

اسأل لماذا حدثت هذه المشكلة ؟

إذا كان الجواب لا يحدد السبب الجزري للمشكلة اسأل مره أخرى وواصل طرح لماذا ؟ حتى تحدد السبب الرئيسي للمشكلة

(التفسير النهائية)

تستخدم في المشاكل المعقدة ليتم تفتيتها إلى مشاكل صغرى حتى يمكن حلها جميعا
طريقة استخدامها

اكتب المشكلة
اكتب العوامل التي تسببت في هذه المشكلة
اكتب حلول كل مشكلة صغيرة

(المصفوفة)

يستخدم في المجموعات والاجتماعات لتوليد الكثير من الأفكار والحلول حتى يتم اختيار الحلول السليمة. هناك أيضا بعض التقنيات الأخرى مثل تحليل الفرص والمخاطر والاحتمالات.



التواصل الفعال

أكثر طريقه ليكون التواصل فعال مع الآخرين
تكون وجها لوجه

المشاكل التي تسبب غلق التواصل

أحكام عشوائية النصيحة التي لم تتطلب
ضغط الوقت عدم المرونة

الهدف المبهم

كيف أعرف أنه التواصل مغلق

السلبية إلقاء اللوم
الغضب التبرير

لغة الجسم لها دور كبير في فتح التواصل .

كيف يمكننا فتح التواصل المغلق ؟

إذا كان الفهم متدني والانفتاح قليل

تستخدم تعليقات محايدة (سلام- فهمني)

وأیضا العبارات التشجيعية (برافو- أحسن) .

إذا كان الفهم متوسط والانفتاح عالي

نستخدم كلمات عاكسه
أي نعيد نفس الكلام وصياغته من جديد
وأیضا نستخدم السكوت المؤقت .
أما إذا كان الفهم متوسط والانفتاح عالی
نستخدم الأسئلة المفتوحة لكي نزيد الفهم .
أما إذا كان الفهم عالی والانفتاح عالی
نستخدم أسئلة مغلقة بنعم أو لا ونستخدم
التفسيرات (إذن - في تلك الحالة)
التخطيط وتحديد الأولويات
هو أسلوب تستخدمه حتى في حياتك العامة
لكي تستفيد من كل وقتك ولكي تنفذ أهم
الأعمال لديك .
يجب العمل على قضاء الأمور الغير عاجلة ومهمة
أكتب أولوياتك بشكل ربع سنوي أو شهري
يمكن أيضا عمل أولويات أسبوعیه
إذا حدث أمر غير متوقع حافظ على مرونتك وأعد
ترتيب أولوياتك .

ابق وقت مفتوح في آخر اليوم للأشياء العاجلة .
تحكم في وقتك و اعمل جدولك كل صباح
وحدد أولوياتك .



البيع في خمس دقائق

- التعرف على فرص نمو المبيعات .
- ربط الفرص بالفوائد التي تعود على العميل .
- التغلب على الاعتراضات والوصول إلى اتفاق .
- المتابعة .



- كن دائما مندوب مبيعات محترف ولا تكن متلقي أوردرات
- اقترح الطلبية المثلى للعميل

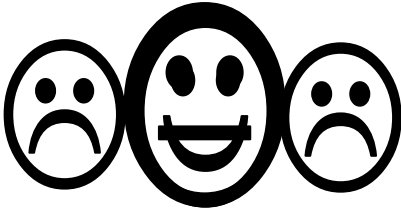
- استخدم مهارات البيع والعرض
- استخدم القدرة على الإقناع
- تفقد المحل
- تفقد الحالة النفسية للعميل
- اكتشف الفرص الجديدة

التقرير اليومي

اعمل بنفسك تقريرك بعد كل زيارة ولا بد أن
يحتوى التقرير على المسلسل واسم العميل
المتعامل وغير المتعامل .

والتوزيعات الموجودة عنده والأولويات الشهرية.

لغة التخاطب الجسدي



العين الوجه حركة الرأس
الأذرع الجسم إشارات
الأيدي استخدام الحيز .

مهارات التخاطب والتحدث

جودة الصوت مستوى الصوت نبرة الصوت سرعة
الحديث وضوح الحديث .

المظهر الشخصي

هادئ مهتما طبيعيا رزيناً الأناقة والملبس .

أسباب غضب العميل

حدوث خلل في التوقعات عندما لا توفى بالوعد
ورداءة الخدمة أو المنتج و سوء المعاملة والمعلومات
المتضاربة والمعلومات الخاطئة والشعور بالخداع
وطول الانتظار وعندما يحدث خدش للكبرياء
وسوء التعامل عند الشكوى

كيفية جمع غضبه

استمع إليه و افهمه و احترمه و اعتذر و فسر له
الأمر و حل له المشكلة حل فعلى و جذري

أنماط العملاء

المتردد ، المعوق ، الثرثار الجاد ، المغلق ، المتذمر ،
الصامت ، المتعجل ، المدعى ، البسيط ، المغرور ،
المشاكس ، الغاضب .

تعامل مع كل عميل حسب نوعه وأهم شيء
افهم العميل وافهم ماذا يريد واخدمه جيدا .

مدى الاستفادة في حياتنا الشخصية

يتضح مما سبق أن عملية البيع وما يتعلق بها من مهارات هي أشياء يمكن ممارستها في حياتك اليومية بشكل دائم .



مهارات الإيصال وأسلوب البيع المقنع وحل المشاكل ومواجهة الاعتراضات وتحديد الأولويات وغيرها من المهارات التي تعلمناها ما هي إلا أسلوب علمي متخذ من أرض الواقع .

تأكد إن وصلت إلى تطبيق كل هذه المعلومات في حياتك الشخصية فأنت لك مستقبل كبير في أي مجال تعمل به وأيضا سوف ترى بنفسك الفرق في شخصيتك بعد استخدامها وآراء كل من يتعامل معك .

والله الموفق ،،،

أبواب الدليل

- حب العمل
- احترام العملاء
- احترام زملائك في العمل
- قيم نفسك
- القلم صياد
- كيف تتغلب على هدفك
- خطوط السير
- العروض وكيفية الاستفادة منها
- نصائح هامة
- شرح مبسط لدورات البيع
 - أساسيات البيع
 - خطوات الزيارة
 - معالجة الاعتراض

- حل المشاكل

- التواصل الفعال

⌚ البيع في خمس دقائق

⌚ التقرير اليومي

● مدى الاستفادة في حياتنا الشخصية

تم بحمد الله