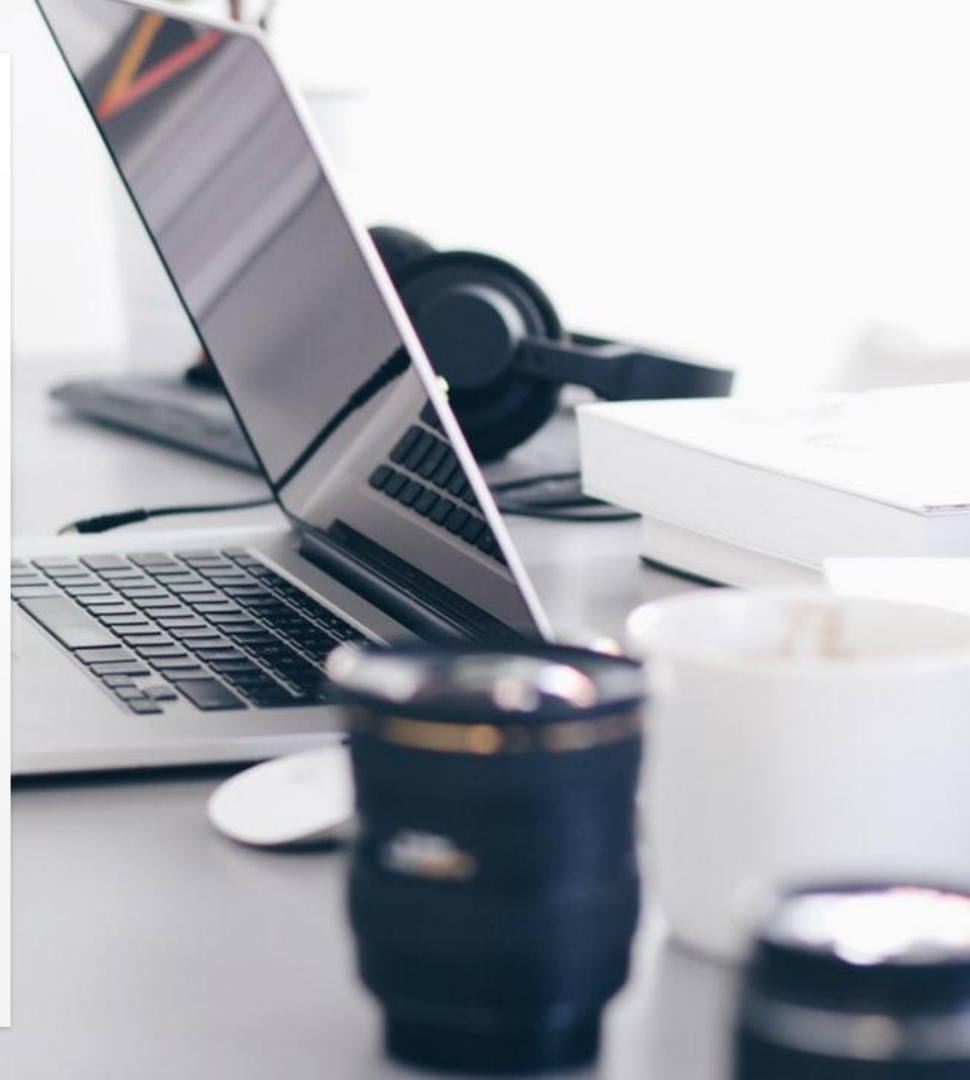


# إدارة المبيعات

ريم معتوق  
الأكاديمية العربية الدولية



## إدارة المبيعات



إن عملية إدارة المبيعات تدور حول بناء فريق مبيعات فعال؛ هي العملية التي ينظم بها مديرو المبيعات ويحفزون ويقودون مندوبي المبيعات أثناء تتبع وتحسين أداء الفريق. وهذا يشمل توظيف أفضل المواهب، وتدريب موظفي المبيعات، وتنسيق العمليات عبر قسم المبيعات، وتنفيذ استراتيجية مبيعات متماسكة تدفع إيرادات الأعمال.

إلى جانب مساعدة شركتك على الوصول إلى أهداف مبيعاتها، يسمح لك نظام إدارة المبيعات بالبقاء في تناغم مع صناعتك أثناء نموها، ويمكن أن تكون إدارة المبيعات هي الفرق بين البقاء والإزدهار في سوق تنافسية بشكل متزايد...

ما هي أهم مهارات إدارة المبيعات؟

لضمان إدارة فعالة للمبيعات، يجب على مديري المبيعات التركيز على إتقان المهارات التالية:

# لضمان إدارة فعالة للمبيعات، يجب على مديري المبيعات التركيز على إتقان المهارات التالية:

## 1 التخطيط

تحديد الأهداف، وتعيين مجالات التغطية، وتصميم تكتيكات توليد القيادة

## 2 التوجيه والتواصل

قيادة العمليات اليومية وتقديم النتائج والتوجيه والإرشاد

## 3 حل المشاكل

معالجة المخاوف والقضايا عند ظهورها وإيجاد الحلول بسرعة

## 4 التقييم

تحليل نجاح الإستراتيجية وأداء الفريق

## 5 الدعم

الحفاظ على دوافع الموظفين والعمل الجاد مع الحوافز الصحيحة وأهداف واقعية ولكن طموحة

“

عندما تكون جميع هذه العناصر في مكانها الصحيح، يمكن لمديري المبيعات مساعدة فريقهم على تحقيق أهدافهم ويكون لهم تأثير إيجابي على النتيجة النهائية.

### تساهم إدارة المبيعات الفعالة في:

- زيادة إيرادات المبيعات والربحية
- تحسين موثوقية توقعات المبيعات، مما يسمح بإيرادات متسقة
- رضا أعلى وولاء، سواء من العملاء أو الموظفين
- انخفاض معدل دوران الموظفين، مما أدى إلى انخفاض تكاليف التوظيف والتدريب والإستبقاء
- زيادة الإنتاجية

## الجوانب الرئيسية الثلاثة لإدارة المبيعات





# عمليات البيع

## عمليات البيع؛ بناء الفريق

بعد الحصول على مدير مبيعات رائع، حان الوقت للبدء بالتفكير في توسيع الفريق.

**فريق المبيعات هو العمود الفقري للشركة؛ هم الاتصال المباشر بين المنتج والعميل.**

يجب أن يشعر فريق المبيعات أنهم جزء من الشركة وأن يكونوا مجهزين بالموارد اللازمة للتقدم بدلا من النظر إليهم على أنهم آلات لكسب المال.



## عمليات البيع؛ بناء الفريق

عند اختيار المواهب الجديدة وتأهيلها، يجب أن تأخذ وقتك لتكون شاملا في تدريبهم وتطوير مهاراتهم.

لم؟

لا ينبغي أن يكون مندوبو المبيعات مجرد بائعين رائعين، ولكن يجب أن يكونوا رائعين في بيع منتجك وأن يكونوا ممثلين لمؤسستك التي يرغب العملاء في العمل معها.

يمكنك إعداد فريقك للنجاح من خلال منحهم أهدافا عالية وواقعية ، والتي ستمكن من تتبعها لقياس النجاح المستقبلي.

## عمليات البيع؛ بناء الفريق

لكن وظيفة مدير المبيعات لا تنتهي هنا. كما أنه من واجهم تقديم المشورة للفريق طوال العملية، والتأكد من أنهم لا يزالون على المسار الصحيح، وتحفيزهم عند الحاجة.

فكر في التجارب التي دفعتك طوال حياتك المهنية، واستخدمها لإلهام وتحفيز فريق المبيعات الخاص بك. على الجانب الآخر، لا تنس مشاركة خيالات الأمل والإخفاقات، وكيف تغلبت عليها وتقديم الدعم خلال الفترات الصعبة.





# استراتيجية المبيعات

## استراتيجية المبيعات: تحديد عملية البيع

وبمجرد انتهاء من تكوين فريق المبيعات تحديد الأهداف، يُطرح سؤال:

كيف ستم عملية البيع؟

فاستراتيجية المبيعات هي استراتيجية مبيعات فريدة للشركة لبيع منتجاتها أو خدماتها إلى السوق المستهدف.

# استراتيجية المبيعات: تحديد عملية البيع

## ما هو خط المبيعات؟

خط المبيعات / استراتيجية المبيعات هو تسلسل مرئي للأنشطة التي يجب تحقيقها مع كل احتمال، من الخطوة الأولى إلى إغلاق الصفقة.

ببساطة، تساعد الإستراتيجية مندوبي المبيعات على البقاء منظمين والتحكم في عملهم. بعد كل شيء، هناك بعض الأشياء التي لا يمكنك التحكم فيها أو لديك القليل من السيطرة عليها، مثل النتائج.

وهنا يأتي دور إدارة الأنشطة. إذا كان بإمكان مندوب المبيعات رؤية تقدمه أو أنشطته، فسيكون لديه الدافع للقيام بمزيد من العمل وقهر المزيد من التحديات.

## استراتيجية المبيعات: تحديد عملية البيع

تشمل أنشطة المبيعات التي تقع ضمن سيطرة شخص المبيعات ما يلي:

- عدد مكالمات المبيعات ورسائل البريد الإلكتروني للمتابعة ورسائل وسائل التواصل الاجتماعي وأنشطة التوعية الأخرى التي يقومون بها
- أبحاث السوق على المنتجات الجديدة والقطاعات الجديدة وغيرها من المعلومات الأخرى ذات الصلة
- معرفة المنتج



# الأنواع الثلاثة لاستراتيجيات المبيعات

## 1. استراتيجيات المبيعات لاختراق الجماهير الجديدة:

تعتبر استراتيجيات المبيعات من هذه المجموعة مهمة جدا لأن قاعدة بيانات العملاء المحتملين تتحلل بشكل عام بحوالي 22.5٪ كل عام، مما يعني أن مندوبي المبيعات يجب أن يكونوا دائما على اطلاع على طرق اختراق جماهير جديدة وذات صلة.

## الأنواع الثلاثة لاستراتيجيات المبيعات

### 2. استراتيجيات المبيعات للحصول على تكرار الأعمال من العملاء الحاليين:

الآن هذا نوع مباشر إلى حد ما من استراتيجية المبيعات حيث تقوم الشركة بتسويق منتجات أو خطط جديدة لعملائها الحاليين. من السهل إلى حد ما العمل مع استراتيجيات المبيعات هذه لأنك قد قمت بالفعل ببناء الثقة مع العملاء. وفقاً للبحث والدراسات، إن العملاء يتفوقون عادة 67٪ أكثر عندما يكونون في عايم الثالث من التعامل معك (مقارنة بالسنة الأولى). إلى جانب ذلك، من المرجح أن يشتري العملاء المتكررون منك، مقارنة بالعملاء المحتملين الذين يقومون فقط بفحص الموقع الخاص بك أو استكشاف منتجاتك.

مثل هؤلاء العملاء المتكررين -أو العملاء الذين تحتفظ بهم بمنتج رائع وخدمة عملاء ممتازة- هم أيضا أكثر فعالية من حيث التكلفة للاحتفاظ بهم مقارنة بتنمية الولاء مع عملائك الجدد نسبيا.

## الأنواع الثلاثة لاستراتيجيات المبيعات

3. استراتيجيات المبيعات التي تهدف إلى تحسين معدل تحويل العملاء المتوقعين الحاليين:

هنا ، ينصب تركيزك على الحصول على أكبر عدد من العملاء المحتملين من مصادرك المختلفة لتحويلهم إلى عملاء يدفعون.

استراتيجيات المبيعات التي تقع ضمن هذه الفئة هي تُعنى بتحسين أداء مندوبي المبيعات والحصول على الأفضل في تقديم العروض التقديمية، والتعامل مع الاعتراضات، وأكثر من ذلك. هذه الجهود تترجم بشكل طبيعي إلى المزيد من التحويلات.



# تحليل المبيعات

## تحليل المبيعات: إعداد التقارير

يساعدك إعداد التقارير على فهم كيفية تأثير استراتيجيتك الحالية على نجاح شركتك ويمنحك نظرة ثاقبة لما يمكنك القيام به لزيادة جهودك، سواء كان ذلك توظيف المزيد من مندوبي المبيعات أو إعادة توزيع المهام...

تتضمن التقارير الناجحة استخدام مقاييس المبيعات، أو المؤشرات القابلة للقياس الكمي، التي تخبرك بكيفية أداء كل جانب من جوانب عمليات المبيعات الخاصة بك وما إذا كنت تحقق أهدافك.

## ما هي أفضل تقنيات إدارة المبيعات ؟

يجب على المدير الإستفادة من التقنيات التالية لضمان  
إنتاجية فريق المبيعات الخاص به:

توظيف مرشحين من الدرجة الأولى وقيادة التدريب المستمر

تقديم ملاحظات مستمرة

توقع المبيعات المستقبلية وتتبع المقاييس الرئيسية





## توظيف مرشحين من الدرجة الأولى وقيادة التدريب المستمر

تتمثل الخطوة الأولى لضمان نجاح المبيعات في العثور على أفضل موظفي المبيعات وتوظيفهم والاحتفاظ بهم. التوظيف عملية مكلفة، لكن المديرين سيوفرون المال على التوظيف والتدريب إذا قضوا الوقت مقدما لتأمين أفضل الأشخاص للوظيفة.

بمجرد انضمام الأشخاص المناسبين، يجب على المديرين الإستثمار في نموهم. تتمتع المنظمات الناجحة بتدريب منتظم وتطوير مهني، سواء للبقاء على رأس اتجاهات الصناعة أو للمساعدة في تحفيز الموظفين. يجب تحديث مندوبي المبيعات بمعرفة المنتج الجديد، ومعلومات حول المشهد التنافسي، وسبل جديدة للعملاء المحتملين. كما ينبغي أن يتلقوا تدريباً منتظماً على أفضل الممارسات وكذلك القوانين والتعديلات الموجودة والمستخدمة في السوق.

## تقديم ملاحظات مستمرة

مهنة المبيعات تولد أشخاص وموظفين مستقلين، وذوي قدرة تنافسية عالية كما وان إدارتهم ليست دائما سهلة.  
مديري المبيعات الفعالين يمكنهم أخذ هذه المنافسة واستخدامها لتحفيز الجميع في فريق المبيعات.

يجب على مديري المبيعات أيضا تقديم تعليقات إيجابية للفريق ككل. هذا يؤكد على قيمة العمل الجماعي ويوفر حافزا للارتقاء.  
توفير هذا النوع من ردود الفعل العادية هو أسهل من أي وقت مضى مع أنظمة إدارة المبيعات الحديثة، والتي تمكن في الوقت  
الفعلي تتبع المبيعات وردود الفعل الفورية. يمكن للموظفين الحصول على تحديثات من مديري المبيعات أينما كانوا، والاستجابة  
في الوقت الحالي ، ومقارنة أدائهم بمؤشرات الأداء الرئيسية لقياس تقدمهم.

## توقع المبيعات المستقبلية وتتبع المقاييس الرئيسية

يحتاج مديرو المبيعات إلى التنبؤ بإيرادات الصفقات، الموجودة بين أيديهم، بالإضافة إلى المبيعات المحتملة من العملاء المحتملين في المستقبل. هذا يحدد أهداف المبيعات التي يجب تعيينها للأرباع المستقبلية. أيضا، يجب أن يحدد التنبؤ حالات التعطل في خط البيع حتى يعرف فريق المبيعات ما إذا كان يجب التركيز على مصادر العملاء أو بناء العلاقات أو إغلاق الصفقات في الأشهر المقبلة.

لضمان عدم وجود ارتباك، يجب على مدير المبيعات تتبع نفس المقاييس كل ربع سنة وجعل توقعاتهم شفافة. يجب أن يعرف الجميع كيفية أداء الفريق، ويفضل أن يكون ذلك في الوقت الفعلي. وهذا يسمح لكل من مندوبي المبيعات ومديري المبيعات بفهم تقدم الفريق مقارنة بالأهداف الفصلية مع السماح لهم أيضا بالتركيز عندما تتغير الأولويات.

## ما هو نظام إدارة المبيعات ؟

نظام إدارة المبيعات، يشار إليه أيضا باسم برنامج إدارة المبيعات أو إدارة علاقات العملاء للمبيعات، هو برنامج مصمم لجعل عملية إدارة المبيعات أبسط وبيانات المبيعات أكثر سهولة. يمكن لمندوبي المبيعات استخدام النظام لإدارة جهات الاتصال وتتبع الصفقات وإنشاء التقارير وتوقع العملاء المحتملين والإيرادات المستقبلية...

أنظمة إدارة المبيعات اليوم متطورة للغاية، وغالبا ما تتضمن مجموعة واسعة من معلومات العملاء والمحتملين، بما في ذلك الملفات الشخصية الإجتماعية والنشاط عبر الإنترنت والاتصالات داخل الشبكات عبر الإنترنت وتفاصيل أخرى...  
الذكاء الاصطناعي هو سمة مشتركة على نحو متزايد، مما يسمح للموظفين بتوليد توقعات المبيعات والتوصيات الرائدة في غضون ثوان.



# فوائد نظام إدارة المبيعات

## فوائد نظام إدارة المبيعات

تحديد الأولويات بدقة أكثر

لمحة مفصلة عن تاريخ العملاء

سير العمل الآلي وتقليل المهام الإدارية

تحسين التنبؤ والتحليلات والتقارير





## تحديد الأولويات بدقة أكثر

يساعد نظام إدارة المبيعات الفعال المديرين على تحديد أولويات المهام وتعيينها إلى الممثل المناسب للوظيفة.

على سبيل المثال، يمكن أن يساعد النظام مدير المبيعات في تحديد عميل متوقع جديد وإرسال تفاصيل الاتصال إلى مندوب مع طلب لإعداد عرض توضيحي للمنتج.

يمكن لأنظمة إدارة المبيعات أيضا تصفية العملاء المحتملين للمساعدة في التركيز على تلك التي من المرجح أن تولد إيرادات لكل منتج.



## لمحة مفصلة عن تاريخ العملاء

باستخدام برنامج إدارة المبيعات، يمكن تخزين جميع الاتصالات مع العميل في نفس المكان، مما يسمح لأعضاء الفريق برؤية تاريخهم الكامل. يتضمن هذا النوع من النظرة العامة عدم إضاعة الوقت في تغطية الاتصالات والعمل القديم. الأهم من ذلك، يمكن لموظفي المبيعات استخدام هذه المعلومات لإشراك كل عميل بلمسة شخصية.

## سير العمل الآلي وتقليل المهام الإدارية

يحافظ نظام إدارة المبيعات على تركيز الممثلين على المبيعات. يمكن لمعظم الأنظمة تحديد معلومات المتابعة المهمة في المكالمات ووضع علامة عليها لإتخاذ مندوب المبيعات الإجراء المناسب. سيقوم الكثيرون أيضا بإنشاء أحداث تقويم أو تذكيرات لتتبع المهام بشكل أكثر دقة. لا يضمن هذا فقط تلقي العملاء المتوقعين النشطين والعملاء المخلصين التواصل في الوقت المناسب، ولكنه يسمح أيضا لمندوبي المبيعات بالتواصل مع العملاء المتوقعين والعملاء الذين لم يتواصلوا منذ عدة أشهر.

## تحسين التنبؤ والتحليلات والتقارير

يمكن لأنظمة إدارة المبيعات الحديثة تقييم خطوط المبيعات والإيرادات والدورات والمزيد- غالبا يضع خطوات فقط. من خلال تحليل نسب التحويل، على سبيل المثال، يمكن لبرامج إدارة المبيعات تقييم أداء مندوب المبيعات وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين. ويمكنه أيضا تجميع البيانات لأتمتة التنبؤ بالمبيعات وتحسين إدارة خطوط المبيعات المستقبلية.

# شكراً لكم!

ريم معتوق  
الأكاديمية العربية الدولية