

امتحان الدورة العادية في مقياس إدارة المبيعات والقوى البيعية

- 1- قارن بين أساليب التحفيز بالعمولة لمندوبي البيع؟ (6ن)
- 2- اشرح العلاقة بين تخطيط المبيعات، التنبؤ بالمبيعات والموازنات التقديرية؟ (4ن)
- 3- كيف يتم اختيار وتوظيف مندوبي البيع؟ (4ن)
- 4- في ضوء ما درست قدم الحلول البيعية الملائمة للمشكلات التالية: (6ن)
 - مؤسسة D تتجاهل تحليل احتياجات وتفضيلات العملاء مما يؤدي بها إلى تقديم عروض غير ملائمة، كاعتمادها على الافتراضات بدلا من البيانات الواقعية وتجاهلها لشكاوى العملاء.
 - مؤسسة E تعاني من فقدان الفرص بسبب ضعف توقعاتها المستقبلية، وذلك عن طريق عدم استعدادها للتغيرات في السوق كتجاهل التحول الرقمي أو التغير المحتمل في سلوك العملاء وسبب ذلك اعتمادها على البيانات التاريخية دون مراقبة المستجدات، أو الاعتماد على استراتيجية واحدة دون وضع خطط بديلة للتعامل مع الأزمات مثل انخفاض الطلب أو ظهور منافسين جدد.
 - مؤسسة F تعاني من عدم تدريب فريق المبيعات لديها على استراتيجيات المبيعات الحديثة واستخدام التكنولوجيا الحديثة إضافة إلى نقص في المعرفة التقنية للمنتجات وضعف في مهارات الإقناع والتفاوض، وبما أن فريق المبيعات هو خط المواجهة الأول مع العملاء فإنه قد يعجز عن تقديم المنتجات بشكل مقنع.

بالتوفيق للجميع

الإجابة النموذجية لمقياس إدارة المبيعات – دورة عادية

1- مقارنة بين العمولة الثابتة والمتصاعدة: (6ن)

العمولة الثابتة	العمولة المتصاعدة
أن يحصل مندوب المبيعات على نسبة ثابتة من قيمة المبيعات التي يحققها	أن ترتفع نسبة العمولة كلما زاد حجم المبيعات
توفر استقرار في الدخل	قد تؤدي إلى سلوكيات غير أخلاقية لتحقيق مبيعات بأي وسيلة
سهولة الفهم والتطبيق	معقدة في الحساب والتطبيق مقارنة بالعمولة الثابتة
قد لا تحفز المندوبين لتحقيق مبيعات إضافية بعد الوصول إلى مستوى معين	تشجع المندوبين على بذل جهد إضافي لتحقيق مستويات مبيعات أعلى
لا تراعي الفروق بين المندوبين ذوي الأداء المرتفع والمنخفض	تعزز التنافس الإيجابي بين المندوبين
تشجع على الأداء المستقر ولكن قد تفشل في تحفيز الجهد الإضافي	تحفز على العمل الإضافي خاصة في الفترات الأخيرة من الشهر أو الربع
تفضل في القطاعات التي تكون فيها المبيعات مستقرة	تفضل في القطاعات التي تعتمد على المنافسة الشديدة
تناسب المبيعات التي تكون ذات هوامش ربح ضيقة	مثالية للقطاعات ذات هوامش الربح العالية
تستخدم في المبيعات ذات الطبيعة الروتينية	تستخدم لتحفيز بيع منتجات إضافية أو التوسع مع العملاء الحاليين
يمكن فيها التنبؤ بالتكاليف بسهولة	قد تزيد التكاليف إذا حقق المندوبون مستويات مبيعات عالية
قد تكون أقل تكلفة للشركة على المدى الطويل	تحتاج إلى مراقبة دقيقة لمنع تجاوز حدود الميزانية
تناسب الشركات التي تركز على الاستقرار وتجنب التعقيدات في نظام الدفع	تناسب الشركات التي تهدف إلى تحفيز الأداء العالي وزيادة المبيعات

2- تخطيط المبيعات هو وضع خطة استراتيجية تشمل الأهداف البيعية، الأسواق المستهدفة، الموارد والأنشطة المطلوبة لتحقيق

أهداف المبيعات خلال فترة زمنية معينة.

والتنبؤ بالمبيعات هو تقدير حجم المبيعات المتوقع تحقيقه خلال فترة مستقبلية بناءً على البيانات التاريخية، ظروف السوق

الحالية والاتجاهات المستقبلية، ويعتمد على أدوات مثل التحليل الإحصائي والنماذج الرياضية.

أما الموازنات التقديرية فهي خطة مالية تهدف إلى تخصيص الموارد بناءً على التوقعات والأهداف المحددة، وتشمل تحديد

الإيرادات والمصروفات المتعلقة بالأنشطة البيعية.

العلاقة بينهم: يبدأ تخطيط المبيعات بالتنبؤ بحجم المبيعات المتوقع تحقيقه، حيث يساعد التنبؤ على فهم احتياجات السوق

وتقدير حجم الطلب في الأسواق المختلفة. وتستخدم الخطة البيعية لتحديد الموارد المالية والبشرية المطلوبة مما يشكل أساس

لإعداد الموازنات التقديرية، كما يستخدم التنبؤ لتحديد الإيرادات المتوقعة مما يساعد على تخصيص الموارد المالية بدقة.

والتكامل بين هذه المفاهيم ضروري لنجاح العملية البيعية. (4ن)

3- تتم عملية اختيار وتوظيف مندوبي البيع عبر عدة مراحل: (4ن)

- وصف وتحليل الوظيفة: أي وضع وصف شامل لوظيفة المندوب والواجبات المترتبة عليه والمؤهلات المطلوب توفرها فيه، ويتضمن الوصف أيضا علاقة المندوب بباقي المندوبين وبرئيسه المباشر وتجار الجملة والتجزئة الذي سيتعامل معهم والمنتجات التي سيبيعها والمناطق التي سينشط فيها ومهام الوظيفة (الأنشطة الرئيسية) وأهدافها بشكل مفصل.
- تحليل مؤهلات مندوب البيع: أي تحديد الصفات المطلوبة في مندوب البيع، وهذه الصفات قد تكون موروثية أو مكتسبة ومن بين الصفات والخصائص المطلوبة في مندوب البيع: مهارات الاتصال الشفوي، مهارات الكتابة، صواب الرأي، الثقة بالنفس، الحماس، الهدوء والاتزان، القدرة على الاقناع، التعاون، الأمانة، الطموح، الخبرة والمعرفة بالإضافة إلى بعض السمات المادية كاللياقة البدنية، طريقة الوقوف والجلوس، والمظهر الشخصي (الهندام والنظافة)....
- تحديد احتياجات المؤسسة من القوى البيع: ويرتبط ذلك بالأهداف التي حددتها إدارة المبيعات، حيث يتم تحديد ما يلزم من مندوبين وبعد ذلك يتم حصر عدد المندوبين الحالي والأعداد المتوقع أن تترك العمل بسبب التنقلات أو الترقية أو الإحالة إلى التقاعد، ويمكن الوصول للعدد المطلوب من المندوبين وفق المعادلة التالية:

عدد مندوبي البيع المطلوب توفيرهم = عدد مندوبي البيع اللازمين - العدد المتاح حاليا - (عدد التنقلات + عدد الترقية + الإحالة للتقاعد + عدد إنهاء الخدمة).

- تحديد مصادر الحصول على مندوبي البيع: يمكن للمؤسسة الحصول على مندوبي البيع إما من داخل المؤسسة (مصدر داخلي) أو من خارجها (مصدر خارجي) وتختار المؤسسة المصدر المناسب بناءً على احتياجاتها وما يناسبها من كل مصدر.
- اختيار وتعيين العاملين في مجال البيع: وهي الإجراءات التنفيذية التي تتبعها إدارة المبيعات (بالتنسيق مع إدارة الموارد البشرية) في اختيار المندوبين إلى أن تصل إلى القرار النهائي بشكل موضوعي.

4- حلول لمشكلات بيعية: (6ن)

- من أجل زيادة رضا العملاء وكسب ولائهم على المؤسسة D اتخاذ الإجراءات التالية:
 - استخدام الاستبانات ومختلف أدوات جمع وتحليل البيانات المتطورة لفهم تفضيلات العملاء؛
 - تصميم عروض مخصصة من المنتجات أو الخدمات التي تلي احتياجات شرائح معينة من العملاء وبالتالي تقدم لكل فئة ما يلائمها؛
 - تحليل شكاوى العملاء بشكل دوري واستخدامها لتحسين العمليات البيعية.
- لكي تكسب المؤسسة E حصة سوقية مهمة وتتعاقد بسرعة عند مواجهة التحديات المفاجئة عليها اتخاذ بعض الإجراءات مثل:
 - استخدام أدوات تنبؤ دقيقة ونظم لتحليل البيانات لتحديد الاتجاهات المستقبلية للسوق والعملاء والبيئة التكنولوجية والاقتصادية والسياسية؛
 - الاعتماد على التخطيط الاستراتيجي ووضع خطط طوارئ للتعامل مع التغيرات السوقية المفاجئة؛
 - الاعتماد على الابتكار المستمر وذلك بتخصيص جزء من الميزانية للبحث والتطوير واستكشاف أسواق جديدة.
- تفاديا لارتفاع معدلات الفشل في إتمام الصفقات وزيادة رضا العملاء وولائهم على المؤسسة F اتخاذ الإجراءات التالية:
 - التدريب المستمر عن طريق تنظيم ورشات عمل ودورات تدريبية دورية تغطي أحدث استراتيجيات البيع؛
 - التدريب العملي عن طريق توفير سيناريوهات محاكاة لمواجهة التحديات البيعية؛
 - تدريب فرق العمل على استخدام أدوات البيع الحديثة مثل إدارة علاقات العملاء الإلكتروني....