

الوحدة الأولى - الفصل الأول

فن البيع

1- أكتب التعريف المناسب لكل مما يأتي:

المصطلح	التعريف
فن البيع	<ul style="list-style-type: none">القدرة على إقناع الناس لشراء سلعة ما وجذب انتباههم إليها.فن إقناع الناس بشراء بضائع تكون موضع الرضا الدائم باستخدام وسائل تتطلب أقل وقت وجهد.الفن الذي يمارسه البائع لتحقيق عمليات تبادل اقتصادي.العلم الذي يثير به في ذهن عميلك رغبة لا يشبعها إلا حصوله على بضاعتك.
العلم	معرفة مرتبة منظمة (مبنية على قواعد وأسس ونظريات).
الفن	معرفة أكسبتها المهارة كفاءة.
طلب الاستخدام	الخطاب الذي يرسله شخص يرغب في الالتحاق بعمل رجل البيع.
السيرة الذاتية	بيان يرفق بطلب الوظيفة للشخص يبين به سجله الدراسي ومؤهلاته وخبراته الوظيفية وأنشطته الاجتماعية السابقة واللاحقة.
البائع	هو الذي يتخذ من عمله مهنة بمعرفة ثلاثة عناصر أساسية هي الشخصية والسلعة والعمل.

2- علل لكل مما يأتي:

- لماذا ندرس فن البيع؟
ذلك لأن فن البيع في جوهره دراسة للناس وكيفية التعامل معهم.
- كل عمل إنما هو بيع.
أي أن كل جهد يبذله أي شخص في أية مؤسسة إنما هو موجه في الواقع إلى بيع منتجاتها سواء أكانت سلعة أم خدمات .
- يدرس الفرد فن البيع لكي يكون ناجحاً في حياته الشخصية والعملية.
لأن الفرد إذا تعلم مهارات البيع وجد الحياة أمتع.
- كل موظف بائع.
لأن كم من شاب لا تخطر له فكرة الاشتغال بالبيع ويلتحق بالعمل في غير إدارات المبيعات فإذا به يكتشف أن المنتظر منه أن يبيع.
- يمكن تعليم وتعلم فن البيع.
لأن فن البيع علم له مبادئ وأسس يمكن تعلمها كالطب والزراعة.

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي مقرر: فن البيع (بيم 311)

- استبعاد إغراء الآخرين من قبل رجل البيع لشراء ما يريد بيعه، كتعريف لفن البيع. لأنه يغفل الاعتبارات الأخلاقية.
- لم تعد مقولة " إن البائع يولد ولا يصنع " مقبولة في هذا الوقت.
- لأن الفرد صاحب المواهب الطبيعية العادية يستطيع أن يجعل من نفسه بائعاً قديراً طالما كان مستعداً لبذل الجهد المطلوب.
- تقوم الكثير من الشركات بعملية تصفية للمتقدمين.
- لاختيار أحسنهم خاصة إذا كانت الشركة مرموقة فإن صاحب العمل سيكون أكثر دقة في اختيار المتقدم.
- اتفاق رجل البيع على موعد لمقابلة عمليه.
- حتى يعلم العميل مقدما معلومات عن الشركة ومنتجاتها وتاريخها، ولكسب الثقة بالنفس وإظهار النشاط والاستعداد للعمل الجماعي.

3- هل البيع علم ؟ أم فن ؟ أم مهنة ؟

البيع علم وفن ومهنة، لأن العلم معرفة مرتبة منظمة، وفن لأن هو معرفة مكتسبة من المهارة كفاءة، ومهنة لأن يستطيع لكل الناس أن يمارسها.

4- ما الفرق بين صاحب الحرفة وصاحب المهنة.

صاحب المهنة	صاحب الحرفة
يمارسون فناً هو المهارة التي يضعونها في خدمة الجمهور لقاء مكافأة مجزية أو غير مجزية لكن فنهم غاية في ذاته.	صاحب الحرفة يؤدي عمله مستهدفاً الكسب المادي صراحة.

5- ما هي العناصر الأساسية التي تجعل البائع يتخذ من عمله مهنة؟

- الشخصية.
- السلعة.
- المكان العميل.

6- من أين تستطيع أن تبحث على وظيفة في مجال البيع؟

- الجرائد والمجلات.
- الإنترنت.
- أماكن العمل.

7- أذكر أهم خطوات البحث عن وظيفة في مجال البيع.

- دراسة الشركات والمصانع التي تعمل في البلد واختيار الأفضل.
- تجربة العمل في مجال البيع.
- قراءة الإعلانات في الجرائد والمجلات.
- الاتصال ببعض الشركات عن طريق الهاتف أو إرسال خطاب شخصي.
- الإطلاع على توصيف وظيفة رجل البيع.
- التدريب على إعداد طلب استخدام والسيرة الذاتية.

8- ما هي البيانات التي لا بد أن يتضمنها خطاب طلب الاستخدام؟

- مقدمة عن الشخص موجزة.
- أن يكون مستوفي للنواحي الشكلية والفنية.
- بيانات مفصلة عن الخلفية الدراسية والخبرة.

9- أذكر شروط إعداد طلب الاستخدام.

- يطبع بعناية على الحاسب الآلي خاليا من الأخطاء الفنية واللغوية.
- يعرض بصدق طلب البيانات الهامة الشخصية والتعليمية والخبرة.
- يوضح في الخطاب سبب الرغبة في الالتحاق بالشركة.
- طلب موعد للمقابلة الشخصية.

10- قارن بين طلب الاستخدام والسيرة الذاتية:

وجه المقارنة	طلب الاستخدام	السيرة الذاتية
طبيعته	يتضمن مقدمة عن الشخص موجزة يتبعها بيانات مفصلة عن الخلفية الدراسية والخبرة.	يتضمن الخلفية الدراسية والخبرة ومن الأفضل أن تكون هذه البيانات في ورقة منفصلة.

الوحدة الأولى - الفصل الثاني

التجارة الإلكترونية

1- أكتب التعريف المناسب لكل مما يأتي:

المصطلح	التعريف
نظام تبادل البيانات الإلكترونية	عبارة عن مجموعة من المراسلات الإلكترونية القياسية التي يتم تبادلها بين أجهزة الحاسب بدلا من المعاملات بالطريقة التقليدية.
التجارة الإلكترونية	مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية.
التجزئة الإلكترونية	تجارة الشركة أو الأعمال التجارية مع المستهلك.
الإنترنت	يمثل البنية التحتية أو العمود الفقري للتجارة الإلكترونية.
الأنظمة والتشريعات القانونية	مهمتها الأساسية ضبط العمليات التجارية وتنظيمها بشكل مقبول من جانب المنتجين والمستهلكين.
مقدمي الخدمات الأمنية الإلكترونية	تعزيز الأمن الإلكتروني لضمان سرية العمليات التجارية وتكاملها.
مقدمي خدمات الدفع الإلكتروني	عملية تسهيل الدفع الإلكتروني.
الأسواق الإلكترونية	مكان النقاء المنتجين والمستهلكين إلكترونياً.
المتجر من النوع البسيط	يكون على هيئة موقع مصمم ليتمكن الزبائن من الحصول على معلومات عن السلع مع صور لها في بعض الأحيان.
النقود الإلكترونية	المدفوعات التي تتم من خلال قنوات الاتصال الإلكترونية مثل الإنترنت.

2- متى بدأ العمل في وضع المواصفات القياسية لهذه المراسلات إلكترونياً؟

بدأ في عام 1979م من خلال لجنة القياس X12 ليكون أساساً للمراسلات التجارية إلكترونياً.

3- ما هو دور لجنة القياس في العمليات التجارية؟

تقوم بإصدار قياسات تمكن المنشآت من تفعيل التبادل الإلكتروني في عملياتها التجارية.

4- بماذا تتميز شبكة النسيج العالمية (www)؟

تتميز بسهولة الاستخدام والوصول - الاتساع والتحمل - القبول العالمي على العديد من المستويات.

5- للتجارة الإلكترونية أنواع عديدة أهمها :

- الشركة مع الشركة أو مع الأعمال التجارية. (B2B)
- الشركة مع المستهلك. (B2C)
- المستهلك مع المستهلك. (C2C)
- الحكومة مع قطاع الأعمال. (G2B)
- الحكومة مع المستهلك. (G2C)
- الحكومة مع الحكومة. (G2G)

وجه المقارنة	تجارة الشركة مع الشركة (B2B)	تجارة الشركة مع المستهلك (B2C)
التعريف	يعد امتداداً طبيعياً وتطويراً للنظام التقليدي لتبادل البيانات إلكترونياً وفيه نجد شركات على جميع أطراف العملية الإلكترونية.	يقوم على أن أحد أطراف العملية التجارية شركة أو أكثر ويكون الطرف الآخر شخص عادي (مستهلك).
حجم التبادل	يقدر حجم التبادل من بحوالي 85% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية في الوقت الحاضر.	يقدر حجم التبادل بحوالي 15% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية في الوقت الراهن.
التكاليف	استخدام الانترنت في نظام التبادل إلكترونياً خفض من تكاليفه بما يعادل 150 ضعفاً .	يوفر للمستهلك في <u>الولايات المتحدة الأمريكية</u> ما بين 10% إلى 50% من تكلفة السلعة.
مثال تطبيقي	يمكن أن تطلب شركة طلبات عروض شراء بعض السلع أو الخدمات أعداد كبيرة من الشركات عن طريق الإنترنت ويتم دراسة العروض ومقارنتها إلكترونياً مما يوفر الكثير من النفقات.	يمكن أن يقوم شخص ما بإتمام عملية شراء وهو في بيته وذلك على مدار الساعة وفي أي يوم من أيام الأسبوع مثل: قيام أحد الأشخاص بشراء كتب، مجلات، برامج، أدوات منزلية... الخ وذلك من خلال شركة تنتج هذه السلع والخدمات أو توزعها.

7- ما هي مزايا تجارة الشركة مع المستهلك من التجارة الإلكترونية؟

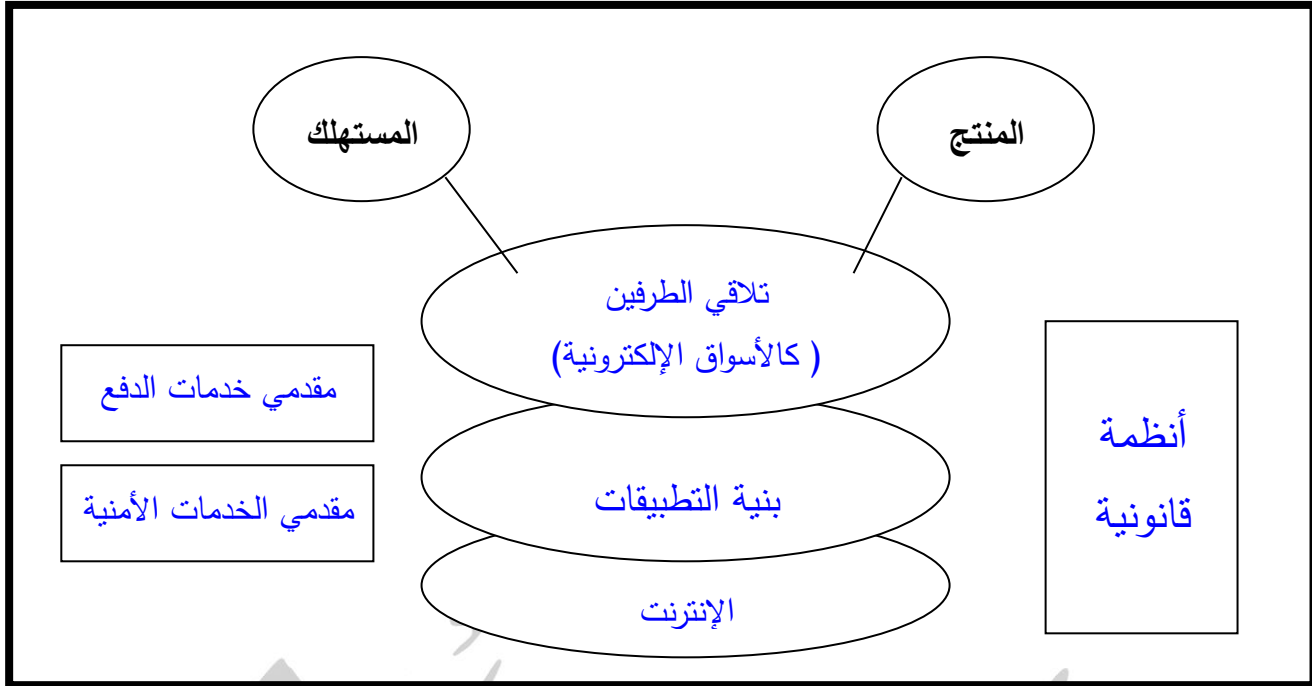
- سهولة الوصول إلى السلع أو الخدمات التي يرغب في الحصول عليها.
- توفير المعلومات للسلع والخدمات ومقارنتها بالسلع والخدمات المشابهة لها.
- التوفير.

8- تواجه تجارة الشركة مع المستهلك من التجارة الإلكترونية عوائق كثيرة. أذكر 5 منها.

- عدم وجود نظم كافية مطمئنة لحماية المستهلك.
- يتطلب هذا النوع أن يقوم المستهلك بإعطاء بيانات شخصية مما قد يجعل المستهلك متخوفاً كم انتهاك خصوصياته وعدم احترامها.
- حقوق الملكية يمثل عائقاً للمنتجين.
- أمن المعلومات والشبكات حيث يعتبر مطلباً أساسياً للتجارة الإلكترونية.
- قد تكون الاتصالات الإلكترونية وأنظمة البريد والشحن غير متوافرة أو باهظة التكاليف أو بطيئة أو غير مضمونة خصوصاً للأشخاص العاديين.

9- علل: حقوق الملكية تشكل عائقاً للمنتجين فقد يصعب حماية المنتجات.

لسهولة عمل نسخ كثيرة منها ومن ثم بيعها أو توزيعها بالمجان.



11- من خلال الجدول التالي أذكر وظيفة كل من مكونات التجارة الإلكترونية:

اسم الجزء	وظيفة
الإنترنت	يمثل البنية التحتية أو العمود الفقري للتجارة الإلكترونية
البرامج والتطبيقات	تبادل البيانات والمعلومات.
الأسواق الإلكترونية	مكان التقاء المنتجين والمستهلكين إلكترونياً لإتمام العمليات التجارية بنجاح.
الأنظمة والقوانين	وظيفتها الأساسية ضبط العمليات التجارية وتنظيمها بشكل مقبول من جانب المنتجين والمستهلكين.
مقدمي خدمات الدفع	لتسهيل عملية الدفع إلكترونياً.
مقدمي الخدمات الأمنية	تعزيز الأمن الإلكتروني لضمان سرية العمليات التجارية وتكاملها.

12- ما هي مراحل تنفيذ الصفقات من خلال التجارة الإلكترونية؟

- توفير المعلومات.
- عقد الصفقات.
- التبادل التجاري.
- النقود الإلكترونية

13- كيف تتم عملية التبادل التجاري؟

تتم وفقاً للمعلومات المتوفرة عالمياً عن جميع الأسواق وليس السوق المحلية فقط فيتم مع أي سوق تتوافر فيها السلعة أو الخدمة الأقل ثمناً وذات الجودة الأعلى وبذلك يؤدي توافر المعلومات على شبكة الإنترنت بهذا الكم الهائل إلى قيام التبادل التجاري وعقد الصفقات بمختلف أنواعها.

14- ما هي مميزات عقد الصفقات؟

- استخدام كل أنواع من الأجهزة.
- تتم المراسلات بين الأطراف المختلفة
- الحفاظ على سرية المراسلات.
- نقل وإرسال جميع الأوراق والعقود القانونية.
- خفض التكلفة والوقت من خلال البريد الإلكتروني

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي مقرر: فن البيع (بيم 311)

15- علل: تتجه العديد من الدول الصناعية نحو التوسع في استخدام النقود الإلكترونية من خلال الإنترنت. لأنها تؤدي إلى سرعة وسهولة تسوية المدفوعات ، وتقليل الحاجة إلى النقود السائلة.

16- أذكر 6 نقاط من فوائد التجارة الإلكترونية.

1. تسهل عمليات التبادل.
 2. تمثل فرصا كبيرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في تخفيف تكلفتها.
 3. سوف تحدث ثورة كبيرة حيث يمكن القيام بالعمليات المصرفية من بيع وشراء وتحويلات ..الخ من المنزل.
 4. تفتح للبائع منفذ تسويقي عالمي يعمل خلال 24 ساعة يوميا.
 5. تفتح للمشتري المجال للمقارنة والاختيار بين مختلف المنتجات والأسلوب المناسب وطرق الشحن وخلافه.
 6. تساعد في إسرار عجلة التقدم البشري.
- 17- ما هي عوائق التجارة الإلكترونية؟

- البنية التحتية
 - القبول الاجتماعي
 - القوانين والأنظمة
 - أمن المعلومات
 - حماية المستهلك
 - الملكية الفكرية
 - عدم توافر الوسائل الفنية اللازمة لحماية المجتمع من الغش التجاري والإلكتروني.
- 18- أذكر 6 نقاط من متطلبات التوسع في التجارة الإلكترونية.

1. ضرورة التركيز على أهمية إتباع أسلوب التجارة الإلكترونية في نشاطات الغرف التجارية والصناعية.
 2. ضرورة اهتمام الحكومات العربية في المنطقة بتوعية الجمهور وتعميق ثقة المستهلك في معاملات الإلكترونية.
 3. فتح المجال أمام القطاع الخاص والعمل على مساعدة الوحدات الاقتصادية الصغيرة.
 4. ضرورة اهتمام البنوك والمؤسسات المالية بالتجارة الإلكترونية.
 5. إدخال تدريس علوم الحاسب الآلي في العملية التعليمية منذ البداية وحتى نهايتها.
 6. جعل الإنترنت وسيطاً وخالياً من التعريف الجمركية.
- 19- علل لكل مما يأتي:

- ضرورة التنسيق والتعاون بين القطاعين الحكومي والخاص.
 - لتحقيق الأهداف المرجوة من إتباع أسلوب التجارة الإلكترونية مع وضع التشريعات القانونية لتنظيم هذه التجارة.
 - ضرورة اهتمام مؤسسات الاتصال في المنطقة العربية بزيادة خطوط الإنترنت.
 - لمواجهة الزيادة الهائلة المتوقعة في الطلب على هذه الخطوط.
 - ضرورة تعريب المواقع العربية على شبكة المعلومات الدولية ((الإنترنت)).
 - ليتسنى للجمهور العربي استخدام الشبكة على نطاق واسع مما يسهل عملية نمو التجارة الإلكترونية وما يتبعها من خدمات.
 - توفير خدمة الإنترنت بتكلفة زهيدة حيث تقدم الخدمة بسعر التكلفة فقط.
- لأن هذا المجال حيوي لتنمية المجتمع ويجب على الحكومة ألا تسعى إلى تحقيق المكسب حيث أن مكسبها الحقيقي هو العائد التنموي والثقافي للمجتمع مع انتشار استخدام الإنترنت،
- 20- الخطوة الأولى في التفكير لعمل تجاري إلكتروني على الإنترنت هي:

- فهم خصائص سوق الإنترنت.
 - تحديد المنتجات الرائجة حالياً والمنتجات المتوقع رواجها في المستقبل القريب والمستقبل البعيد.
 - تحديد عدد ونوعيات العملاء الموجودين على الإنترنت.
 - معرفة كيفية الوصول للعملاء.
- 21- أذكر عوامل نجاح شركات التجارة الإلكترونية.
- توفير البضاعة الجيدة بسعر مناسب.
 - توفير البضاعة للعميل حيثما يريد.
 - التنظيم الإداري المرن القادر على الانفتاح والتكيف مع التطورات التكنولوجية.
 - البحث عن العملاء والاسترشاد بمؤشرات السوق للعمل على إرضائهم
 - توفر الدعم الفني واستخدام نظم المعلومات.
- 22- ما هي التغيرات التي ستحدثها التجارة الإلكترونية في الشركات الحالية؟
1. اختفاء إدارات التسويق بالمعنى التقليدي.
 2. اختفاء وظيفة رجل البيع التقليدي لتحل محله مواقع الإنترنت.
 3. قلة الحاجة إلي المباني الضخمة في الشركات.
 4. التعامل مع أنواع متعددة من البضائع.
 5. قلة عدد الموظفين.
 6. آلية التعامل مع العميل والمورد والمنتج.
- 23- قارن بين :

الخدمات التي يتيحها المتجر الإلكتروني البسيط	الخدمات التي يتيحها المتجر الإلكتروني الكبير
▪ مصمم ليتمكن الزبائن من الحصول على معلومات عن السلع مع صور لها في بعض الأحيان.	▪ توفر للزائر فرصة التعرف على منتجات أخرى وتصنيفات من السلع التي تتوفر لديها.
▪ إمكانية قيام الزائر بشراء السلعة التي يريدتها على موقع الشبكة على الويب.	▪ خدمات إضافية مثل توفير بيانات مراكز تدريب ومعلومات قطع الغيار وأماكن توفرها ...
▪ إمكانية اختيار طريقة شحن البضاعة، طريقة الحساب الإجمالي للسلع التي اختارها.	▪ احتفاظ بسجل عن عدد الزوار الذين يزورون الموقع والترحيب بهم في حالة تكرار زيارتهم.

24- أذكر اثنين من العوامل التي لا يمكن إغفالها عند تقدير الاحتياجات لبناء متجر إلكتروني.

1. عدم القدرة على تحديد العائد المتوقع.
 2. سرعة التطور الفني في مجال الحاسب واستخدامه.
- 25- علل لما يأتي:

- لا يمكن تحديد المدة النهائية بدقة تامة لإنشاء موقع إلكتروني لمتجر.
- بسبب وجود الكثير من العمليات التي لا تعتمد على التقديرات الفنية والاحتمالات منها التدريب ووجود أو عدم وجود كوادرات فنية مدربة على استخدام البرنامج؟
- عدم القدرة على تحديد التكلفة الفعلية.
- بسبب تغير الأسعار واختلاف أسعار البرامج المطلوبة لبناء المتجر الافتراضي.

26- ما هي الأشياء المطلوبة لإنشاء متجر إلكتروني؟

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي مقرر: فن البيع (بیم 311)

- جهاز خدمة رئيسي وخط مستقل مستأجر للاتصال يعملان طوال فترة 24 ساعة على الدوام.
- برنامج إدارة الخدمة الرئيسي وإدارة واجهة المتجر الإلكتروني على صفحة ويب عادية.
- برامج التأمين التي تعمل على ضمان أمن معلومات المؤسسة الداخلية وتأمين معلومات الزبائن المالية.
- برامج ربط واجهة المتجر مع قواعد بيانات المتجر لإدارة الاتصال بين برنامج واجهة المتجر وبين قواعد البيانات المختلفة في النظام.

27- قارن بين :

تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية المتوسطة والمتطورة	تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية البسيطة
<ul style="list-style-type: none"> ▪ مواقع تراوحت تكلفتها من 300 ألف دولار إلى مليون دولار. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ شراء جهاز كمبيوتر مناسب وطابعة وتوفير خط اتصال هاتف.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ مواقع تراوحت تكلفتها من مليون إلى 5 ملايين دولار. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تكلفة الاتصال الهاتفي.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ مواقع تراوحت من 25 مليون دولار كمواقع مميزة 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تكلفة الاشتراك لدى مزود خدمة شاملة.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تكلفة أجر شخص أو أكثر للعمل
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تكلفة برنامج واجهة المتجر عن طريق الشراء أو التأجير من مزود الخدمة

28- ما هي المعايير أو الاشتراطات التعامل مع مواقع التجارة الإلكترونية؟

- يجب أن يقدم الموقع خدمة الدفع بواسطة بطاقة الائتمان.
- يجب أن يقدم الموقع خدمة شحن آمنة ومضمونة.
- يجب أن يعلن الموقع عن سياسته تجاه عملائه ويلتزم بما فيه من الأمان والسرية والخصوصية.
- يجب أن يكون بالموقع قسم لخدمة العملاء قبل البيع وخدمة ما بعد البيع.
- يجب أن يعلن الموقع بوضوح عن صفته الرسمية.

29- اذكر مخاطر الشراء من مواقع التجارة الإلكترونية.

- إذا توافرت الاشتراطات السابقة السابق ذكرها في موقع تجارة إلكترونية.
- إذا خلا الموقع من بعض هذه الاشتراطات ترتفع نسبة المخاطر إلى أكثر من 50% لعدم احترافية الموقع.
- إذا خلال الموقع من جميع الاشتراطات فأنت حتما وبالتأكيد داخل الموقع مجهول الهوية.
- دائما وأبداً لا تضع بيانات بطاقة الائتمان في موقع غير مشفر.

الوحدة الثانية - الفصل الأول

صفات رجل البيع

1- ضع المصطلح المناسب لكل مما يأتي:

المصطلح	التعريف
الصفات العقلية	تشمل الدقة وسعة الخيال والابتكار والملاحظة والثقة في النفس.
الصفات الأخلاقية	تساعد رجل البيع على ألا يجرح مشاعرهم أو أن يصدر منه تصرف يسيء إليهم.
الصفات الجسمية	تتكون من الصحة العامة والصوت ونبراته وحسن المظهر والجد والنشاط.
الصفات الاجتماعية	القدرة على خلق صداقات مع الآخرين هي بمثابة أصول قيمة على صعيد العمل.
الدقة	الحصول على المعلومات الصحيحة والدقيقة عن السلعة المعروضة.
اليقظة	يجب على رجل البيع أن يكون منتبهاً على أتم الاستعداد لخدمة العميل في أية لحظة.
المعلومات العامة	تفرض على رجل البيع الإطلاع وتزويده بالمعلومات التي تدعم مركزه كبائع.
قوة الملاحظة والمذاكرة	تلعب دوراً كبيراً في تذكر أسماء العملاء وتسهيل التجاوب مع متطلبات العميل.
تحمل المسؤولية	تمكن رجل البيع من قيادة دفة العمل فيرجح كفة الربح على كفة الخسارة.
الإخلاص	أحد القيم الأخلاقية التي تعزز الانتماء.
الصدق والأمانة	يفرضان عدم إخفاء العيب الموجود في السلعة عن المشتري.
الصبر	على رجل البيع أن يتحمل مضايقات الأنواع المختلفة من العملاء.
الصحة العامة	تلعب دوراً كبيراً في رفع مستوى الإنتاج على جميع الأصعدة سواء أكان الإنتاج فكرياً أم عضلياً.
الصوت ونبراته	المعبر الأول وغالباً ما يؤثر في نفس المستمع تأثيراً إيجابياً أو سلبياً.
حسن المظهر	يعطي انطباعاً حسناً عن البائع ويطمئن نفس العميل ولكن يجب أن يكون الظاهر غير مبالغ فيه.
الجد والنشاط	يجعل رجل البيع لا يمل ولا يكل من طلباتهم، لديه القدرة على عرض أكثر من سلعة دون تباطؤ في العرض.
القدرة على المخاطبة	المقدرة اللغوية التي تتناسب والفئات الاجتماعية المختلفة للأفراد.
اللباقة	مقدرة رجل البيع على تخطي الكثير من المشاكل والعقبات التي تواجهه يومياً وبشكل مستمر بأسلوب لطيف.
التعاون	التعاون بين رجل البيع حتى لا يحصل تضارب في الآراء.

2- علل: يتصف رجل البيع بالعديد من الصفات.

حتى يتمكن من معاملة الجميع باختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية المعاملة المثلى التي تتفق وطموحاتهم ورغباتهم الشرائية.

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي

مقرر: فن البيع (بیم 311)

3- يجب أن يتصف رجل البيع بمجموع من الصفات الأساسية وكل صفة من هذه الصفات الأساسية يتبعها مجموعة من الصفات الفرعية، بين من خلال الجدول التالي:

الأمثلة	الصفات
الدقة - اليقظة - سعة الخيال - المعلومات العامة - قوة الملاحظات والذاكرة - القدر على الإلمام بالعمل - تحمل المسؤولية.	الصفات العقلية
الإخلاص - الصدق والأمانة - الصبر.	الصفات الأخلاقية
الصحة العامة - الصوت ونبراته - حسن المظهر - الجد والنشاط.	الصفات الجسمية
القدرة على مواجهة الجمهور - القدرة على المخاطبة - اللباقة - التهذيب - التعاون.	الصفات الاجتماعية

4- حدد نوع الصفة التي يتمتع بها رجل البيع من خلال الجدول التالي:

الصفة الفرعية	الصفة الأساسية	الحالة
التهذيب	الاجتماعية	رجل يتمتع بالحديث المهذب المؤثر في المستمع
القدرة على المخاطبة	الاجتماعية	رجل يتمتع بالقدرة اللغوية التي تتناسب مع الفئات المختلفة
الجد والنشاط	الجسمية	رجل بيع لا يكمل ولا يمل من طلبات عملائه
اليقظة.	العقلية	رجل بيع على أتم الاستعداد لخدمة العميل
الصحة العامة	الجسمية	رجل بيع يروج للإنتاج باستخدام قواه العقلية و الجسمية
المعلومات العامة	العقلية	رجل بيع واسع الإطلاع
تحمل المسؤولية	العقلية	رجل بيع تقع على عاتقه مسؤولية كبيرة لارتباطه بعملية الربح و الخسارة.
التعاون	الاجتماعية	رجل بيع يتعاون مع رجال البيع الآخرين
الصوت ونبراته	الجسمية	رجل بيع لا يكون صوته عالياً أو منخفضاً
الإخلاص	الأخلاقية	رجل بيع يشعر بأنه جزء من المؤسسة فيتجنب الكثير من المواقف التي تسيء إلى المؤسسة.
الصبر	الأخلاقية	رجل بيع يتحمل مضايقات الأنواع المختلفة من العملاء
القدرة على مواجهة الجمهور	الاجتماعية	رجل بيع ودود ومحب للآخرين
الدقة	العقلية	رجل بيع يعطي معلومات دقيقة وصحيحة عن السلعة إلى الزبون
اللباقة	الاجتماعية	رجل بيع قادر على تخطي الكثير من المشاكل و العقبات التي تواجهه يومياً وبشكل مستمر وبأسلوب لطيف
سعة الخيال	العقلية	رجل بيع يساهم في خدمة العميل وإرشاده عن طريق تقديم البدائل و المقترحات

5- علل لما يأتي:

• رجل البيع يجب أن يكون دقيقا في عمله.

لتحقيق رضا المستهلك وصاحب المؤسسة وذلك عن طريق تزويد العميل بالمعلومات الدقيقة التي تؤدي إلى احترامه والتعامل معه باستمرار مما يجعله يكسب أكبر عدد من العملاء ويكسب رضا صاحب المؤسسة.

• للذاكرة دور كبير في تذكر الأسماء.

▪ ليس من الضروري إعادة دراسة سلوك العميل.

▪ الحفاظ على كيفية التعامل مع الطرف الآخر.

▪ يسهل على البائع التجاوب مع متطلبات العميل دون تردد.

• رجل البيع بحاجة لتمتعه بصحة عامة.

لأنه يروج لإنتاج باستخدام قواه العقلية والجسمية.

• يجب أن يكون مظهر رجل البيع غير مبالغ فيه.

لأنها قد تؤدي إلى نتائج عكسية.

6- كيف يمكن جذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

▪ على رجل البيع دراية بطبيعة عمله وبالسلعة المراد توزيعها ومنافذ البيع المختلفة.

▪ توضيح مميزات السلعة.

7- كيف يمكن كسب ثقة العملاء.

▪ الإمام بالعمل وكيفية التعامل مع العملاء.

▪ معرفة سلوكيات العملاء وأذواقهم.

8- ما هو السبب الذي يقود دفة العمل فيرجح كافة الربح أكثر على كفة الخسارة؟

▪ صدقه في التعامل مع الآخرين يؤدي إلى كسبهم.

▪ الحفاظ عليهم كعملاء دائمين.

الوحدة الثانية - الفصل الثاني

مهام رجل البيع

1- ضع المصطلح المناسب لكل مما يأتي:

المصطلح	التعريف
المتابعة	تنفيذ خطة البرنامج الموضوع سواء من جهة المسؤولين في الشركة التي يعمل بها البائع أو عن طريق البائع نفسه.
التقارير الكمية	التقارير التي تستطيع الإدارة مقارنة جهود ونتائج رجل البيع مع جهود ونتائج بائع آخر.
خطة العمل اليومية	تقرير موجز يعده مقدماً يحدد فيه البائع خطته لزيارة عملائه المرتجبن الذين يقوم بزيارتهم والنتائج التي يتوقع تحقيقها.
التقرير اليومي للزيارات	يشمل نتائج زيارات رجل البيع خلال اليوم.
التقرير الأسبوعي الموجز	يبين النتائج الحقيقية بالإضافة إلى توضيح كفاءة رجل البيع.
التقرير الشهري	تقارير إضافية قد تطلبها الإدارة لتقييم عمل رجل البيع.
التقارير الفصلية	تقارير مختصرة الهدف منها استعراض ما قام به البائع خلال فترة معينة.
التقارير النوعية	تقارير أكثر تفصيلاً من التقارير الكمية فهي تشمل رأي رجل البيع في عمل معين.
الموضوعية	الالتزام بالموضوعية عند كتابة التقارير وتجنب العموميات والالتزام بالحقائق.
الإيجاز	خير التقارير هي تلك الموجزة المحددة المعنى المكتوبة بأسلوب راقٍ.

2- علل لكل مما يأتي:

- رجل البيع يلعب دوراً كبيراً في تحقيق أهداف المشروع.
 - لتحمله مسؤولية ترويج المنتجات.
 - يواجه منافسة كبيرة أحدها كيفية ترويج بضائع لها منافسون.
 - كيفية كسب عملاء جدد لديهم العديد من الخبرات والخيارات لنفس المنتج الذي يعمل رجل البيع ترويجه.
 - تختلف مهام رجل البيع من مؤسسة إلى أخرى.
- لاختلاف النشاط وحجم المشروع حيث إن رجل البيع التابع للمنتج يقوم بأعمال أكبر بكثير من رجل البيع الذي يعمل لمؤسسة أخرى.

3- من مهام رجل البيع:

- تحقيق الأهداف البيعية للمشروع.
- القيام بالأنشطة الترويجية.
- إعداد خطته البيعية.
- تجميع المعلومات عن السوق.
- إعداد تقديرات الطلب.
- إعداد التقارير.

4- ما الهدف الأساسي لتحقيق الأهداف البيعية للمشروع؟

الهدف الأساسي هو تنشيط حجم مبيعاتها لتحقيق أكبر ربح ممكن من خلال رجال البيع وعادة ما تعمل على تقسيم رجال البيع لتحقيق منافسة في حجم المبيعات أو تقوم بمنح علاوات على حجم المبيعات؟

5- ما هي المعلومات التي يجب على رجل البيع أن يجمعها من السوق؟

- معلومات عن العملاء: التعرف على أنواعهم وسلوكهم واهتماماتهم والسلع التي يرغبون في توافرها ومعرفة شكاوهم ومتطلباتهم وما يتوقعون من المؤسسة أن تقدمه من خدمات.
- معلومات عن المنافسين:

- التعرف على أساليب البيع المختلفة التي يتبعها المنافسون لهم في مؤسسات أخرى.

- الأسعار التي يبيعون بها.

- المنتجات التي يقدمونها للعملاء (إعلانية ، ترويجية ، تسهيلات أخرى).

6- علل: يقوم رجل البيع بالأنشطة الترويجية.

- المحافظة على العملاء القدامى.
- تعزيز تواجد المنشأة في السوق.
- ذكر الوسائل الترويجية التي يتبعها رجل البيع لجذب الجمهور.
- الهدايا التذكارية.
- كسب عملاء جدد.
- تقوية مركز المنشأة في السوق.
- العينات.
- تقديم خدمات خاصة للعملاء.
- تنظيم الإعلانات الداخلية.
- تنظيم نوافذ العرض بطرق مشوقة وجذابة.
- التسهيلات (العروض الخاصة).

8- ما هي مراحل التخطيط للمقابلة البيعية؟

- المرحلة الأولى: تحديد الهدف من المقابلة البيعية.
- المرحلة الثانية: التخطيط والتهيئة والتحضير للمقابلة البيعية.
- المرحلة الثالثة: الإعداد النهائي لبدء المقابلة.

www.commbh.com

9- ما هي شروط هدف المقابلة البيعية؟

- أن يكون قابلاً للقياس.
- واقعيًا وقابلًا للإنجاز.

10- ما هي أهمية تقارير رجال البيع؟

- تعريف الإدارة بنشاط رجل البيع.
- إخبار المنشأة بحالة السوق.
- التعرف على حالة العميل.
- وسيلة اتصال بين البائع ومكتب المبيعات في المنشأة.

11- علل: تقوم التقارير بتعريف الإدارة بنشاط رجل البيع.

لأنها تشير إلى عدد العملاء المنتظمين والمحتملين الذين زارهم ودرجة الفعالية أو مدى انتفاعه بالوقت الذي أمضاه العميل.

12- أذكر مقاييس تقدير رجل البيع.

- عدد الزيارات في اليوم الواحد.
- عدد الاتفاقات في اليوم الواحد.
- حجم الطلب في المتوسط.

14- قارن بين:

وجه المقارنة	التقارير الكمية	التقارير الوصفية (النوعية)
الاستفادة	مقارنة جهود ونتائج رجل البيع مع جهود ونتائج بائع آخر ومعرفة نقاط الضعف في منطقة بيعية معينة.	تفيد مدير الحسابات إذا كان العميل متأخر في السداد أو وصف الزيارة.
مثال	<ul style="list-style-type: none">▪ خطة العمل اليومية.▪ التقارير اليومية للزيارات.▪ التقرير الأسبوعي الموجز.▪ التقرير الشهري.▪ التقارير الفصلية أو النصف سنوية.	<ul style="list-style-type: none">▪ تقرير عن شكوى عن التأخير في تسليم البضاعة.

15- ما هي الأمور التي تساعد رجل البيع عند كتابة التقارير؟

- إنجاز العمل الكتابي الروتيني يومياً.
- تسجيل الملاحظات.
- المذكرات
- استمارة الطلبات التي يجب أن يحملها رجل البيع معه باستمرار.

16 علل لما يأتي:

• على رجل البيع تسجيل الملاحظات عند زيارته للعملاء.

حتى لا ينسى.

• يمكن كتابة التقارير الأسبوعية الموجزة في نهاية آخر يوم في الأسبوع.

حتى يستمتع رجل البيع بإجازته الأسبوعية

17- ما هي عناصر التقرير الجيد؟

- الموضوعية.
- تجنب العبارات العامة.
- احتواء التقرير على مقارنات.
- التروي.
- الإيجاز.

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي **مقرر: فن البيع (بيم 311)**

نماذج على أسئلة التقارير من امتحانات نهائية سابقة:

نموذج رقم 1: زيارة للسيد أحمد كاظم مدير قسم تكنولوجيا المعلومات من شركة أسري

تاريخ الزيارة: 2006/11/1

لقد قمت بزيارة السيد أحمد كامل الأحد الماضي وقد أبدى غضبه الشديد بسبب تسليم الطلبية الأخيرة من صنف 1001 وهي عبارة عن حواسب آلية ماركة Dell بكفاءة منخفضة، أما بالنسبة للصنف 2010 المقرر استلامه بعد أسبوع من الطلبية التي كان تاريخها 2006/10/15 فتم تسليمه بعد أسبوعين. وهي عبارة عن 5 طابعات ماركة HP كما ذكر السيد أحمد بانه كان يعتمد علينا كثيرا ولكن بعد الأخطاء المتكررة التي صدرت منا في الأسابيع الأخيرة قال بأنه يفكر في قطع التعامل معنا والتعامل مع شركات أخرى.

ولقد وعدت السيد أحمد بالنظر في الأمر إذ أن هذا الأمر يضعف من أسمنا في السوق ويفقدنا عملائنا المحليين.

فهد المسلم

المطلوب: إعادة صياغة التقرير السابق بشكل صحيح.

اسم العميل: شركة أسري

تاريخ الزيارة: 2006/11/1

مقابلة السيد احمد كاظم (مدير قسم تكنولوجيا المعلومات)

الغرض من الزيارة:

عبر لنا العميل ع غضبه الشديد بسبب سوء خدماتنا معهم وقال أنه كان يعتمد علينا كثيراً ولكن بعد الأخطاء المتكررة التي صدرت منا في الأسابيع الأخيرة قال بأنه يفكر في قطع التعامل معنا والتعامل مع شركات أخرى.

صنف 1001:

تسليم الطلبية الأخيرة وهي عبارة عن حواسب آلية ماركة Del بكفاءة منخفضة.

www.commbn.com

صنف 2010:

التأخر في استلام الطلبية وهي عبارة عن 5 طابعات مباركة HP المقرر استلامها بعد أسبوع من تاريخها 1006/10/15 فتم تسليمه بعد أسبوعين.

التوصيات:

1. إرسال خطاب اعتذار.

2. التحري عن أسباب تسليم النصف 1001 بكفاءة منخفضة.

3. التحري عن أسباب التأخير في إرسال صنف 2010

4. استبدال الصنف 1001 بالكفاءة المطلوبة.

فهد المسلم

نموذج رقم 2: التقرير كما أعدته الأنسة: مريم جاسم

زيارة لمحات فلاش للمكياج - المنامة

مقابلة مع السيدة أحلام الناصر (مديرة قسم المشتريات) تاريخ الزيارة 7 أكتوبر 2007 م

قالت السيد أحلام أنها غاضبة بسبب تأخرنا في تسليم طلبيتها الأخيرة للصف (CD 230). وبالنسبة للصف CD (414) بموجب أمر التسليم رقم 119 في 7 سبتمبر فهي غير مطابقة للألوان المطلوبة، وتقول أنها لا تدري ما أصاب خدماتنا ونوعية منتجاتنا مؤخرا، لقد كانت معتمدة علينا دائما ولكن في الفترة الماضية حدث كثير من الأخطاء وهي ليست متأكدة من الاستمرار في التعامل معنا، لقد كانت المقابلة في منتهى الصعوبة مع السيدة أحلام ومما يزيد الأمر سوءا إنها قد طلب من مكتب مبيعاتنا إرسال كتالوج المكياج الجديد من 15 سبتمبر ولم تستلم شيء منذ ذلك الحين.

مريم جاسم

المطلوب: إعادة صياغة التقرير السابق بالشكل المناسب؟

اسم العميل: محلات فلاش للمكياج

تاريخ الزيارة: 7 أكتوبر 2007م

مقابلة السيدة أحلام الناصر (مديرة قسم المشتريات)

الغرض من الزيارة:

عبرت لنا السيدة أحلام عن غضبها بسبب سوء خدماتنا معهم وقالت إنها لا تدري ما أصاب خدماتنا ونوعية منتجاتنا مؤخرا لقد كانت معتمدة علينا دائما ولكن في الفترة الماضية حدث كثير من الأخطاء وهي ليست متأكدة من الاستمرار في التعامل معنا.

الصف (CD 230):

التأخر في تسليم الطلبية.

الصف (CD 414):

تسليم الطلبية الأخيرة بموجب أمر التسليم رقم 119 في 7 سبتمبر فهي غير مطابقة للألوان المطلوبة.

كتالوج المكياج الجديد:

طلبت من مكتب مبيعاتنا إرسال كتالوج المكياج الجديد من 15 سبتمبر ولم تستلم شي منذ ذلك الحين.

التوصيات:

1. إرسال خطاب اعتذر للسيدة أحلام.
2. التحري عن سبب التأخير في تسليم الطلبية من الصف (CD 230).
3. التحري عن سبب تسليم الطلبية من الصف (CD 414) غير مطابق للألوان المطلوبة.
4. إرسال كتالوج المكياج الجديد.

مريم جاسم

الوحدة الثانية - الفصل الثالث

المقومات الأساسية لنجاح رجل البيع

1- عرف المصطلحات التالية:

المصطلح	التعريف
البحوث التسويقية	علم اجتماعي يبحث في دوافع الشراء لدى الأفراد على اختلاف مستوياتهم والوقوف على رغباتهم المختلفة والمتباينة في اقتناء السلع والمنتجات المعروضة.
الخصائص الجغرافية	المتتمثلة في العادات الشرائية والأنماط الاستهلاكية والرغبات والأذواق بين السكان في المناطق الجغرافية المختلفة باختلاف الظروف المناخية والتضاريس.
الخصائص الديمغرافية	تتمثل في تقسيم السكان من حيث الجنس، التعليم، الدخل... الخ وهي تحدد بوضوح حجم القوى الشرائية المستهدفة.
الخصائص الاجتماعية	المتتمثلة في مكانة الأسرة بالنسبة للأسرى الأخرى ومدى قبولها للسلع المختلفة.
الخصائص الاقتصادية	المتتمثلة في أوجه النشاط الاقتصادي زراعة، صناعة، صيد... الخ ومعدل الدخل بالنسبة للأفراد.
الخصائص الشخصية	تقسيم المشترين إلى مجموعات حسب العوامل المتعلقة بالشخصية منها (حب الظهور، الانطواء، الاتجاهات، الانطباعات، العادات الشرائية... الخ).

2- ما هي المقومات الأساسية لنجاح رجل البيع؟

- تفهم رجل البيع لطبيعته وأهداف وظيفته.
- توافر عدد من المقومات الشخصية.
- التزود بالمعلومات اللازمة لأداء العمل اليومي.

3- أكمل: كلما تفهم رجل البيع طبيعة عمله كلما كان:

- يتمكن من التصرف بيقظة وحذر من القناعة.
- يعمل على تطوير أساليبه البيعية.
- تقديم أفضل الخدمات للعملاء.
- الالتزام بالقيم والأخلاق دون تعرض العميل للغش التجاري.

4- ما هي المعلومات التي يجب أن تتوفر لرجل البيع لزيادة فاعلية عمله؟

- المعلومات الكافية عن المستهلكين.
- المعلومات الكافية عن جهة عمله.
- المعلومات الكافية عن منافذ التوزيع.
- المعلومات الكافية عن السلعة.

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي مقرر: فن البيع (بيم 311)

5- ما هي المعلومات التي يجب أن يعرفها رجل البيع عن المستهلكين والعملاء.

- طبيعتهم.
- خصائصهم.
- دوافعهم.
- عاداتهم الشرائية.

6- ما هي المصادر التي يرجع إليها رجل البيع لجمع المعلومات؟

- قوائم العملاء بالشركة.
- إدارات الشركة الأخرى.
- المعارض والمؤتمرات.
- رسائل العملاء.
- البريد.
- الهاتف.

7- علل: من مهمات رجل البيع التعرف على المنشأة التي يعمل بها عن كثب.

لمعرفة ظروف المنشأة ومركزها المالي وإمكانياتها وحجمها بالنسبة للمنافسين حتى يكتسب المعلومات والبيانات التي تمكنه من التصرف من موقع قوة.

8- ما هي المصادر الأخرى التي من خلالها يمكن لرجل البيع التزود بالمعلومات والبيانات ذات صلة بالسلع المعروضة والمنافسة؟

- الخبرات الشخصية.
- الجرائد والمجلات المتخصصة (التجارية).
- القراءة المستمرة.
- استشارة المختصين.
- محاورة رجال البيع.
- الاستفادة من المؤتمرات والخبرات الصناعية.
- دراسة الإعلانات.
- البحوث والدراسات التسويقية.

9- ما هو دور المصادر التالية في تزويد رجل البيع بالمعلومات؟

• الخبرات الشخصية: التعرف على السلعة واكتشاف مميزاتا وعيوبها حتى تكسب رجل البيع القدرة على إقناع الآخرين، وكذلك الخبرة الشخصية تزود البائع بمعلومات قد لا تتوفر على بطاقة بينا المنتج حتى يوفر على عليه عناء البحث عن معلومات تشغله وتوفر الوقت.

• القراءة المستمرة: لأنها تخدم رجل البيع في الحصول على البيانات والمعلومات التي تمكنه من تطوير الخدمات التي يقدمها للعميل أو التعرف على رغباته التي ينقلها إلى المنتج.

• الجرائد والمجلات: تمكن رجل البيع من الإطلاع ما هو جديد في عالم التجارة.

• استشارة المختصين: للارتقاء بالأساليب البيعية أو وسائل الإعلان وللحصول على البيانات والمعلومات ذات الصلة بكيفية الإنتاج ومميزاته، وحتى تكون المعلومات ذات مرجعية ويمكن الاعتماد عليها.

• محاورة رجال البيع: للتعرف على أساليب الترويج المتبعة والمبنية على المعرفة التامة بالسلعة وتحديد إيجابيات وسلبيات السلعة من خلال الحوار والنقاش.

• دراسة الإعلانات: حتى يكتسب رجل البيع معلومات عن المنتج المعلن عنه ولاكتساب القدرة على محاكاة المستهلك بنفس أسلوب الإعلان وقدرته على الإقناع.

• الاستفادة من المؤتمرات والخبرات الصناعية: يمد رجل البيع بالكثير من المعلومات والبيانات عن السلعة بدءاً من عملية الإنتاج وانتهاءً بتسليم السلعة للمستهلك.

• البحوث التسويقية: تدرس السوق دراسة وافية لنجاح رجال البيع في مهماتهم التسويقية.

الوحدة الثانية - الفصل الرابع

أنواع رجال البيع واختيارهم ومعداتهم

1- عرف المصطلحات التالية:

المصطلح	التعريف
رجال البيع المختصون	المختصون في تقديم السلع الجيدة في السوق أو تنشيط البيع بالنسبة لسلعة موجودة فعلا.
رجال البيع الرئيسيون	الذين يقومون ببيع السلعة فعلا إلى العملاء.
رجال البيع المساعدون	الذين يساعدون رجال البيع الرئيسيين في القيام بأعمالهم وهم يتصلون بالعملاء من أجل الحصول على معلومات ويتابعون عملية بيع السلعة للتأكد من رضا العميل.
رجال البيع الفنيون	دراسة احتياجات العميل من الناحية الفنية وتقديم المساعدة لرجل البيع الرئيسي لإتمام الصفقة.
اختيار رجل البيع	يتضمن خطوتين أساسيتين تحليل الوظيفة وتحديد الخصائص الواجب توافرها في المرشح.
طريقة المرتب الثابت	يحصل البائع على مرتب ثابت وليكم 120 دينار شهريا أو 30 دينار أسبوعيا ك مبلغ ثابت بصرف النظر عن حجم المبيعات التي يحققها البائع
طريقة المرتب بالعمولة	يحصل البائع على مرتبه على أساس حجم المبيعات التي يحققها دون الحصول على مرتب ثابت كل مدة معينة.
طريقة المرتب الثابت والعمولة معا	تضمن الحد الأدنى من الدخل اللازم لمعيشة رجل البيع بالإضافة إلى مبلغ أو عمولة يحصل عليها بعد رقم معين من حجم المبيعات.
حقائب البيع	تحتوي على منشورات وعينات وكتيبات وأوراق إعلانية.
الألبوم	الكتيب الذي يحوي مجموعة من الصور والرسوم التي تبين خصائص السلعة.
بطاقة الزيارة	يقدمها رجل البيع لعملائه عند مقابلتهم
استمارة الطلب	تستخدم لكتابة المعلومات عن السلعة والمواصفات كإجراء عادي أثناء العرض ويمكن استخدامها بطريقة تأثيرية لإبرام عملية البيع.
الأفلام والصور	تستخدمها بعض الشركات في عرض خائص السلعة وطريقة تشغيلها وصيانتها والفوائد التي تعود على المؤسسة من استخدامها
كتيب البيع	كتيبات تزود رجال البيع بالمعلومات التي تساعد في الرد على تساؤلات العملاء في أثناء عرض السلعة.

الكتالوج	يستخدم لعرض مختلف الأصناف في حالة تعامل المؤسسة بأكثر من صنف.
----------	---

2- قارن بين كلا من:

وجه المقارنة	رجال البيع المساعدون	رجال البيع الفنيون
الأعمال التي يقومون بها	<ul style="list-style-type: none"> • مساعدة رجال البيع الرئيسيين في القيام بأعمالهم مثل الاتصال بالعملاء من أجل الحصول على معلومات. • يتابعون عملية بيع السلعة للتأكد من رضا العميل. 	<ul style="list-style-type: none"> • القيام بدراسة احتياجات العميل من الناحية الفنية. • تقديم المساعدة لرجل البيع الرئيسي لأتمام الصفقة.
أنواع السلع التي يتعاملون معها	الآلات - الأدوات - الآلات الكاتبة - الآلات الحاسبة - الكمبيوتر	السلع الميكانيكية
وجه المقارنة	طريقة المرتب الثابت	طريقة المرتب بالعمولة
طريقة الحساب	حصول البائع على مرتب ثابت دون النظر إلى حجم المبيعات التي يحققها ويعطى حافزاً في صورة <u>علاوات سنوية</u> أو <u>موسمية</u> أو <u>عينية في شكل آخر</u> .	حصول البائع على مرتبه على أساس <u>حجم المبيعات</u> دون الحصول على مرتب ثابت كل مدة معينة ويعطى حافزاً في صورة <u>مبلغ معين</u> أو <u>نسبة معينة</u> .

3- ما هي الخطوات التي يتم على أساسها اختيار رجل البيع؟

- تحليل الوظيفة المراد شغلها.
- تحديد الخصائص الواجب توافرها في المرشح لهذه الوظيفة.

4- ترغب مؤسسة كبرى لبيع أجهزة الحاسوب في اختيار رجل بيع، فما هي الوسائل المناسبة؟

- الاطلاع على الإعلانات التي ينشرها طالبوا الوظائف بالصحف والمجلات.
- الإعلان عن الوظيفة الخالية بالصحف والمجلات مع الاهتمام بتحديد الخصائص التي يجب أن تتوفر.
- الاتصال بالمدارس والمعاهد المتخصصة لاختيار أفضل العناصر.
- البحث عن رجال البيع في المنشآت المنافسة وتقديم بعض الإغراءات لهم.
- تكليف بعض البائعين الحاليين بترشيح من يراه مناسباً لهذه الوظيفة.

5- أذكر طرق مكافأة رجل البيع.

- طريقة المرتب الثابت.
- طريقة المرتب الثابت والعمولة معاً.

6- علل لما يأتي:

- تنوع طرق احتساب مكافأة رجل البيع.

تشجع رجال البيع على بذل أقصى جهود ممكنة في سبيل تحقيق أهداف المتجر من حيث زيادة حجم المبيعات - تقديم أفضل الخدمات للعملاء - المحافظة على سمعة المتجر.

- الإشراف والرقابة على رجال البيع.
- للتأكد من مدى أدائهم لواجباتهم - نوع من أنواع التدريب خاصة للبائعين الجدد - يساعد على حل المشاكل البيعية.
- يجب عدم المبالغة في الإشراف على رجل البيع.
- لأن التماذي فيه يفقد رجل البيع شخصيته وقدرته على مواجهة المواقف البيعية المختلفة مما يؤدي إلى انخفاض روحه المعنوية وقلة إنتاجه.
- يجب أن يكون هناك تدريباً مستمراً لرجال البيع.
- حتى يتعرفوا على أحدث الأساليب في فن البيع وعن كل ما هو جديد بالنسبة للسلع التي يتعامل فيها المتجر والمنافسين.
- التدريب ضرورة ملحة لكل من يشغل وظيفة لأول مرة في مجال البيع.
- لأن حديثي التوظيف غالباً ما تنقصهم المعلومات والمهارات الكافية الوظيفية التي تؤهلهم للقيام بالمهمة الملقاة على عاتقهم على أكمل وجه دون تعثر.
- تعدد مجالات التدريب لرجل البيع.
- لتثبيت أقدام شاغل الوظيفة وتأهيله للاستمرار في المهنة - حتى يكونوا على قدر من الكفاءة لتتبع مجريات السوق.
- أهمية الأعمال المكتبية لدى رجل البيع.
- حتى ينجز أعماله بدقة.
- اصطحاب رجل البيع مجموعة من المعدات معه عند زيارة العميل.
- لتسهيل عمله - لتوفير وقت الذي يقضيه رجل البيع مع العملاء.

7- أعلنت شركة السريع لبيع الملابس الجاهزة عن حاجتها لمجموعة من رجال البيع وقامت بالإعلان عن الوظيفة في الصحف والمجلات وقد تقدم زميل لك لأحد هذه الوظائف واجتاز الامتحان والمقابلة بنجاح وعندما عرضت الشركة عليه الطرق المختلفة لاحتساب المكافأة اختار أن يحصل على مبلغ محدد كل شهر.

اقرأ الحالة السابقة جيداً ثم أجب عما يأتي :

1. ما أسم الطريقة التي اختارها زميلك للحصول على مكافأته؟

طريقة المرتب الثابت

2. ما الطرق الأخرى التي عرضتها الشركة على زميلك؟

▪ طريقة المرتب بالعمولة.

▪ طريقة المرتب الثابت والعمولة معاً.

8- أذكر طرق الإشراف على رجل البيع.

- الإشراف أثناء العمل.
- الإشراف عن طريق رجال البيع القدامى.
- الإشراف عن طريق الاجتماعات الدورية بين إدارة المشروع ورجال البيع.
- الإشراف عن طريق التقارير الدورية التي يقدمها المشرفين عن رجال البيع.

9- ما الفرق بين التدريب الأولي لرجل البيع والتدريب المستمر لرجل البيع:

وجه المقارنة	التدريب الأولي لرجل البيع	التدريب المستمر لرجل البيع
التعريف	هو الدعامة الأساسية لتثبيت أقدام شاغل الوظيفة وتأهيله للاستمرار في المهنة.	هو التدريب الذي يهدف إلى تنمية مهارات رجال البيع حتى يكونوا على قدر من الكفاءة لتتبع مجريات البيع.

10- أذكر أهم الموضوعات التي لابد من تدريب رجل البيع عليها.

- خصائص السلعة.
- أساليب التفاهم مع العملاء والعاملين بالمنشأة.
- سياسة المحل التجاري أو المؤسسة أو الشركة.
- الأعمال المكتتبية المتعلقة بالبيع.
- تكوين العادات الضرورية لنجاح رجل البيع.
- تكوين الاتجاهات الايجابية تجاه جهة العمل.

11- ما هي العادات التي تساعد رجل البيع على التفاهم مع الغير؟

- المرونة.
- الاحترام الغير.
- المجاملة.
- اللباقة.
- التكيف مع مختلف المواقف.

12- ما هي العوامل التي يتخذها رجل البيع لتسهيل عمله؟

- طبيعة السلعة.
- نوع العملاء.
- الطريقة التي يتبعها رجال البيع في انتقالاتهم.

13- ما هي مزايا تجهيز رجال البيع بالمعدات؟

- توفير وقت المقابلة.
- توحيد أساليب البيع.
- توفير وقت العملاء.
- زيادة ثقة رجل البيع في نفسه.
- لفت انتباه العميل
- التأثير على أكثر من حاسة.

13- هناك العديد من المعدات التي يستخدمها رجل البيع في أداء عمله ومن هذه المعدات:

- العينات.
- نماذج السلعة.
- حقائب البيع.
- الألبوم.
- بطاقة الزيارة.
- استمارة الطلب.
- الأفلام والصور.
- كتيب البيع.
- الكتالوج.
- الرسوم التخطيطية والبيانية.

14- يستعين رجل البيع بمعدات تسهل عملية شرح السلعة للعميل. بصفتك رجل بيع بين نوع المعدات المناسبة في الحالات التالية:

الحالة	المعدات المناسبة
مشتري يريد شراء سلعة من السلع الجديدة ويصعب وصفها للعميل.	العينات
مشتري يريد شراء سلعة ذات مواصفات يصعب حملها.	نماذج السلعة

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي مقرر: فن البيع (بيع 311)

استمارة الطلب	مشتري يريد عدد كبير من السلعة بمواصفات مختلفة.
---------------	--

15- أحمد عبد السلام رجل بيع في محل أجهزة كهربائية جاءه العميل خزعل أمين من سكنة الماحوز يريد شراء غسالة سانيو ذات نوعية جيدة تعمل بنظام أوتوماتيكي من فئة 16 رطل تعمل على تجفيف الملابس فوراً ، وقد حدد البائع سعرا بمبلغ 150 دينار إذا قام بشراء 5 غسالات.

بصفتك رجل البيع أحمد عبد السلام ، قم بتحرير استمارة الطلب الموجودة أدناه.

اسم العميل: خزعل أمين
العنوان: الماحوز
مواصفات السلعة: غسالة سانيو ذات نوعية جيدة تعمل بنظام أوتوماتيكي من فئة 16 رطل تعمل على تجفيف الملابس فوراً.
السعر: 150 دينار
الكمية: 5 غسالات
التوقيع: خزعل أمين

16- أذكر البيانات الضرورية في استمارة الطلب:

اسم العميل: محمد يوسف الزباني
العنوان: المحرق مبنى 1351 طريق 227 مجمع 203
مواصفات السلعة: مكيف هواء ماركة LG فئة طن ونصف
السعر: 170 دينار
الكمية: 1
التوقيع: محمد يوسف

الوحدة الثالثة - الفصل الأول

دوافع العملاء وحاجاتهم

1- ضع المصطلح المناسب لكل مما يأتي:

المصطلح	التعريف
القوى الخارجية	القوى المحفزة لسلوك الشراء والتي تؤلف البيئة الاجتماعية والثقافية للفرد وتشمل العمر والجنس والحالة التعليمية والدخل والعمل.
القوى الداخلية	القوى التي تجعل الأفراد يقومون بالشراء عدداً من الدوافع التي تعتبر همزة الوصل بين حاجات المستهلك وسلوكه.
الرجل الاقتصادي	اتخاذ قرار الشراء للسلع الرئيسية والأساسية يتطلب المفاضلة والاختيار بين السلع.
الدوافع العاطفية	التي ترجع إلى النواحي النفسية والاجتماعية للفرد.
الخوف أو الحذر	الدافع الذي يدفع الناس لشراء وثائق التأمين والسندات والأسهم وشراء أجهزة الإطفاء.
دوافع التعامل	الدوافع التي تساعد السلعة أو الخدمة على الانتشار.
حاجات العملاء	المتطلبات الأساسية للإنسان من أجل أن يظل على قيد الحياة وأن يتمتع بصحة جسمية ونفسية جيدة وتجعل الجسم يقوم بإحلال خلايا جديدة محل الخلايا التالفة... الخ.
الحاجات الفسيولوجية	تشتمل على الحاجات اللازمة لبقاء الإنسان على قيد الحياة وفي حالة سوية.
الحاجة إلى الأمن	تشتمل كل ما يتعلق بالتخلص من أو تجنب كل مسببات التهديد الجسدي والنفسي.
الحاجة إلى الانتماء	تتعلق بالمشاعر المتبادلة مع الآخرين من حيث العناية والاهتمام أو الاندماج في الجماعة.
الحاجة إلى الاحترام	تعد من المتطلبات السيكولوجية لتكوين انطباع مناسب أو صورة مناسبة عن الذات.
الحاجة إلى تحقيق الذات	تتعلق بالجوانب المرتبطة بتحقيق الفرد لذاته وطموحاته.
الحاجة إلى المعرفة	حاجات سيكولوجية تشير إلى حب الاستطلاع أو رغبة الفرد في أن يصبح على علم ودراية بموضوعات معينة وقد ترتبط أحياناً بالبحث عن الحقيقة.
الحاجة إلى الجمال والنظام	بعض الأفراد الذي يتطلعون إلى التمتع بالجمال والنظام عند إشباع الحاجات الأخرى وتكون الحاجة إلى الجمال لديهم قوية بدرجة كبيرة.

2- ما الذي يدفع العملاء للشراء.

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي **مقرر: فن البيع (بيم 311)**

هي تلك القوى الخارجية والداخلية التي تؤثر في قرار الشراء لدى المستهلك.

3- يتأثر سلوك الفرد وميوله بمؤثرات تتصل بمجتمعه وهي:

- الدين والثقافة.
- الطبقة الاجتماعية.
- الجماعة والأسرة،

4- ما هي الدوافع التي تحويها القوى الخارجية؟

- دوافع منطقية.
- دوافع عاطفية.
- دوافع تعامل.

5- أذكر العوامل المنطقية التي تقنع العميل بالشراء.

- التوفير.
- الريج.
- الإلتزامية.
- الاعتمادية.
- الجودة.
- الإنتاجية.
- المتانة.

6- أذكر أمثلة على أهم الدوافع العاطفية.

• الحاجة والرغبات الأساسية كالمأكل والمأوى والحاجة إلى المعيشة في جو معتدل.	الحاجات الجسدية والراحة
• شراء الملابس التي يرتديها نجوم السينما. • شراء الأب سيارة أغلى ثمناً ممن إمكانياته المادية.	التقليد أو التشبه
• شراء صاحب المنزل جهازاً لتسوية حشائش الحديقة. • تستخدم ربة المنزل غسالة أوتوماتيكية للثياب أو الصحن.	الحاجات النفسية
• شراء التاجر سلعة ليعيد بيعها من أجل الربح. • شراء المصنع آلات جديدة لتوفير العمالة فهو يخفض من التكاليف ليزيد من أرباحه. • تسوق سيدة المنزل وتقرن بين الأسعار في المحلات من أجل شراء ملابس الأسرة،	كسب النقود
• تدقيق المسنين في نوعية الأطعمة ويزداد معدل زيارتهم للطبيب وأحياناً يقللون من التدخين أو يمتنعون عنه من أجل المحافظة على الصحة.	الصحة البدنية والعقلية
• شراء الناس وثائق التأمين والسندات والأسهم وشراء أجهزة الإطفاء والأقفال. • الشباب يسعون لاقتناء السيارات ذات السرعة العالية. • الكبار في السن ينشدون الأمان في السيارات التي يركبونها.	الخوف أو الحذر
• منتجوا غسالات الأطباق الكهربائية وأفران الميكروويف يستخدمون عنصر الملائمة.	الملائمة

7- من دوافع التعامل التي تميز منشأة عن أخرى منها:

- الموقع.
- التنوع.
- السعر.
- الخدمات.
- تفضيل صنف أو ماركة.
- الجودة.

8- ما تقسيمات هرم ماسلو؟

1. الحاجة الفسيولوجية.
2. الحاجة إلى الأمان.

إعداد وطباعة: السيد احمد السيد مجيد السيد علي

مقرر: فن البيع (بیم 311)

3. الحاجة إلى الانتماء.
4. الحاجة إلى الاحترام.
5. الحاجة إلى تحقيق الذات.
6. الحاجة إلى المعرفة.
7. الحاجة إلى الجمال.

9- علل: جاءت الحاجات الفسيولوجية ضمن الحاجات الأولية الموجودة في قاع هرم ماسلو للحاجات. لأنها تشتمل على الحاجات اللازمة لبقاء الإنسان على قيد الحياة وفي حالة سوية.

10- رتب حاجات الإنسان على حسب ورودها في الهرم؟

البحث عن الحقيقة - الاطمئنان إلى المستقبل - الصداقة - الدفاء - الطموح - الجمال والنظام والترتيب - الشهرة



11- قارن بين:

وجه المقارنة	الحاجات الفسيولوجية	الحاجة إلى الانتماء
مثال على الحاجة	الطعام - الماء - النوم - الدفاء - التخلص من الفضلات.	الصداقة - الحب والالتزام بالوعود - التعلق الوجداني - العضوية في الجماعة.
المنتجات المرتبطة بإشباعها	الأغذية - المياه النقية - المنومات - الملابس والدفايات - المطهرات	الهدايا - الحفلات الترفيهية - حفلات الخطبة والزواج - الرحلات والاشتراك في النادي.

12- صنف دوافع العملاء للشراء الآتية على حسب نوعها في الجدول:

1. الإنتاجية
2. الصحة البدنية والعقلية
3. الجماعة والأسرة
4. التنوع
5. المغامرة
6. المتانة
7. التقليد والتشبه
8. تفضيل صنف أو ماركة
9. الخوف والحذر
10. الدين والثقافة

دوافع العملاء		
القوى الداخلية		القوى الخارجية
دوافع التعامل	الدوافع العاطفية	
الدوافع المنطقية		

التنوع تفضيل صنف أو ماركة	الصحة البدنية والعقلية المغامرة التقليد والتشبه. الخوف والحذر	الإنتاجية المتانة	الجماعة والأسرة الدين والجمال
------------------------------	--	----------------------	----------------------------------

13- التقى جاسم وفيصل في أحد معارض السيارات وكل واحد منهم يريد شراء سيارة. حدد نوع الدوافع في حوار هذين الصديقين عن السيارات.

دوافع الشراء		الحوار
الفرعي	الرئيسي	
توفير	عقلي	جاسم: سأشتري هذه السيارة لأنها اقتصادية جدا في استهلاك البنزين.
تقليد	عاطفي	فيصل: وأنا أفضل شراء هذه السيارة لأن صديقي حسن اشترى مثلها.
متانة	عقلي	جاسم: كذلك لأن محركها من أقوى المحركات في العالم.
السعر	تعامل	فيصل: أنا أفضل الشراء من هذا المعرض لأنه يبيع بأسعار مناسبة جدا.

14- ما نوع الحاجة في كل مما يلي:

نوع الحاجة		المنتج
الفرعي	الرئيسي	
التعلق الوجداني	الانتماء	حضور حفلة زواج صديق مقرب.
التخلص من الألم	الأمان	تلبس حزام الأمان عند قيادة السيارة.
الطموح	تحقيق الذات	التحضير لرسالة الماجستير.
البحث عن الحقيقة	المعرفة	متابعة البرامج الثقافية في التلفزيون.

الوحدة الثالثة - الفصل الثاني

أنواع العملاء

1- يواجه رجل البيع في حياته العملية العديد من أنماط العملاء متباينة في شكل السلوك ومختلفة في الكيفية التي يتعامل بها معهم ومن أنواع هذه العملاء:

<p>طبيعته: يريد شراء سلعة أو خدمة معينة ولكنه لا يعرف على وجه التحديد أي نوع يريد من السيارات أو أي نوع يريد من وثائق التأمين على الحياة أو لم يستقر على رأي محدد لأنه دائم التردد.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: تزيه من السلعة عدة أنواع وتشرح له المزايا الأساسية وتبين ما يحتاج إليه في كلمات بسيطة وتوضح له أن هذه السلعة أو الخدمة هي التي تسد حاجته وتناسبه وتكون صبوراً معه وتسمع إليه وتظهر له اهتمامك.</p>	العميل المتردد
<p>طبيعته: يُعرف بخطواته السريعة فيتجه مباشرة إلى القسم الذي يريد الشراء منه ويطلب ما يريده في عبارات واضحة ومحددة.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: يُخدم بعناية وسرعة لأن أي تأخير يضايقه ويجب أن تقتصر الأسئلة على الضروري منها ولا تسهب معه في الحديث عن تفاصيل السلعة.</p>	العميل المستعجل
<p>طبيعته: ليس متسرعاً، يفحص كل شيء بعناية تامة، ويهتم بالجزيئات والتفاصيل اهتمامه بالكليات.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: أن يحدثه عن السلعة حديثاً تفصيلياً يجب أن تقدم له السلعة ليفحصها بدقة ولا تحاول استعجاله.</p>	العميل المدقق أو العسير
<p>طبيعته: يعتقد أن ما يطلبه أو الذي يسأل عنه هو الشيء الوحيد في السوق فلا تعجبه خدمة أو سلعة إلا إذا كانت مطابقة تمام لما طلبه، فهو لا يقبل إلا ما يختاره بنفسه ويمحض إرادته.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: يكفي شرح مزايا الأصناف المعروضة وأن تتركه يختار بنفسه ما يشاء دون أن تحاول التأثير فيه أو إغرائه بالشراء أو حثه على القرار النهائي وتذكر له في حديثك بعض المشهورين.</p>	العميل المعجب بنفسه
<p>طبيعته: يعتقد أنه يعرف ويفهم كل شيء ويسعى وراء المعلومات ويطلبها لكي ينتقد ويعارض بعبارات قاطعة ويشجع على الحديث ويكثر من توجيه الأسئلة إليه لكي يعثر على العبارة التي يتخذها سبباً للمعارضة والانتقاد.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: يعود نفسه على الصبر عند التعامل معه ولا توضح له أن حديثاً ليس صحيحاً أو</p>	العميل المدعي

<p>تبرهن تبرهن له على أنه جاهل ومغرور وخير طريقه لمعاملته أن تتركه يتحدث دون أن تعارضه.</p>	
<p>طبيعته: أنه عميل متعجل ولكن ليس متعجلاً على الإطلاق ولكنه من النوع العنيف بسبب سوء طبعه وليس ضيق وقته وإذا لم يجب طلبه في الحال وجدته يفقد الصبر ويغضب وهو محب للمناقشة والجدال والبحث عن الأخطاء ويتكلم بألفاظ شديدة ونبرات حادة.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: يجب أن تعامله بالتحفظ والمجاملة ويجب أن تواجهه بابتسامة لطيفة ويفضل عدم مناقشته لأن المناقشة تغريه بالاستمرار في عنفه وشراسته ومشاكسته ولا تعامله كمعاملة رجل البيع.</p>	<p>العميل العنيف</p>
<p>طبيعته: مغرم بالثرثرة مع البائعين والمشتريين الآخرين في جميع الجوانب وخاصة الشخصية.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: يحتاج ألا تقاطعه أثناء الحديث ولا تظهر له أن حديثه غير بالنسبة لك ويجب أن تشعره أنك مهتم بحديثه وأنت تصغي إليه بعناية ولتتخلص من ثرثرته يجب أن تلتقط عبارات من حديثه لتبدأ بها حديثك عن السلعة التي يريد.</p>	<p>العميل الثرثار</p>
<p>طبيعته: يدخل المتجر دون أن تكون في نيته شراء شيء وينحصر غرضه في مجرد مشاهدة السلع المعروضة أو الخدمات المتوافرة فهو يمر بأقسام المحل المختلفة يلقي نظرة هنا ونظرة هناك أو يطلب من البائع أن يريه هذه السلعة أو تلك ويسأل عن الثمن ويبيدي الملاحظات أو الاعتراضات ثم ينصرف دون أن يشتري شيء.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: نضع السلعة أو الخدمة تحت نظره وأن نشجعه على لمسها وتقبلها وأن نجعله يجربها إذا أمكن ونشرح له مزايا هذه السلعة أو الخدمة وأن نقدم إليه معلومات مفيدة عنها أو نأخذ بيد هذا العميل ونمر به في مراحل عملية البيع المعروفة من الانتباه والاهتمام إلى الرغبة إلى الإقناع ثم التنفيذ.</p>	<p>العميل الذي لا يريد الشراء</p>
<p>طبيعته: قليل الكلام حيث إن ذلك يربكه ويخجله وهو لا يوجه أي سؤال لرجل البيع ولا يبيدي أي اعتراض على السلعة.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: عليه أن يتكلم ما دام العميل لا يتكلم وعليه أن يعرض السلعة ويوضح مزايا السلعة وثمنها أنواعها وأن يقدم له السلعة ليفحصها ويجربها.</p>	<p>العميل الصامت أو الخجول</p>
<p>طبيعته:</p> <p>النوع الأول (اللص): الذي جاء ليسرق شيئاً من البضاعة المعروضة فبدسها خلسة في حقيبته أو في ثوبه هذا يكون إما محترف للسرقة أو هاويا.</p> <p>النوع الثاني (الكاذب): الذي يشتري سلعة من متجر معين ثم يحاول أن يرجعها إلى متجر آخر مدعياً في إصراره وجراًة أن اشتراها من هذا المتجر بالذات.</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب:</p> <p>النوع الأول: أن تسلمه إلى المختص بهدوء وبدون ضجة محافظاً على سمعة المحل.</p> <p>النوع الثاني: لا يجب تكذيبه وإنما يكفي أن ترفض في حزام استرداد البضاعة على أساس أن هذا هو نظام المحل الذي لا يمكنك مخالفته.</p>	<p>العميل غير الشريف</p>
<p>طبيعته: لا رأي له حيث يذهب إلى المحل وفي صحبته زوجته أو أحد الأصدقاء أو المعارف لم يبيدي رأياً بالرفض أو القبول أو الإعجاب فيما يعرض عليه وإنما يلتفت إلى مرافقيه ويقول: ما رأيكم؟</p> <p>تصرف رجل البيع المناسب: توجه اهتمامك إلى مرافقيه وتهمله بقدر الإمكان لأن قرار الشراء ليس بيده وإنما بيد مرافقيه.</p>	<p>العميل المصطحب</p>
<p>طبيعته: دائماً متشككاً لا يكاد يصدق كلمة مما يقال له وهولاً يفعل ذلك استناداً إلى معلومات لديه وإنما يرجع إنكاره ما هو</p>	<p>العميل الذي لا</p>

<p>مطبوع في نفسه من الشك والوسوسة. تصرف رجل البيع المناسب: أن يكون البائع صبوراً واسع الصدر وإقناع العميل يجب عليه ذكر الحقائق ويطلب من العميل أن يتفحص الجهاز بنفسه ويعد ما في الجهاز من أشياء.</p>	<p>يصدق</p>
<p><u>طبيعته:</u> يتكلم بصوت مهذب وكلماته مناسبة ويتركز اعتراضه على السلعة التي يريد أن يشتريها وما يرتبط بها مثل اللون- السعر-الصيانة-الضمان ولذلك يعبر عن عدم رضاه لقلة الأصناف المعروضة وعدم وجود مجموعة كبيرة من الألوان المختلفة ومن سوء الخدمات... تصرف رجل البيع المناسب: يحتاج إلى المجاملة والابتسامه مع إيضاح الأسباب بلطف ولباقة ومحاولة إرضائه بالعديد من الطرق.</p>	<p>العميل كثير الشكوى</p>
<p><u>طبيعته:</u> هؤلاء العملاء أنواع مختلفة منهم الأطفال وكبار السن والمرضي والأجانب الذي لا يجيدون لغة البلاد. <u>تصرف رجل البيع المناسب:</u> <u>للأطفال:</u> على البائع ملاطفتهم والتودد إليهم وتقديم الهدايا حتى يجذب قلوب أمهاتهم. <u>للمرضى وكبار السن:</u> يجب أن تكون عطوفاً عليهم فتقدم مقعداً للجلوس وألا تحملهم مشقة حمل السلعة عند مشاهدتها بل تحملها عنهم حتى لا تتعبه. <u>للأجانب:</u> عليك ألا تضع وقتهم بمحاولة التفاهم بدون فائدة لأنها قد تؤدي إلى تقديم السلعة أو خدمة غير التي يطلبونه مما يؤدي إلى مضايقتهم فعليك أن تستدعي على الفور من يجيد لغتهم إن كنت لا تجيدها.</p>	<p>العميل الذي يحتاج إلى عناية خاصة</p>

2- يتعامل رجل البيع مع عملاء مختلفين في ثقافتهم وطباعهم وميولهم، بوصفك رجل بيع ناجح حدد نوع العميل في الأمثلة الآتية وكيفية التصرف المناسب معهم:

تصرف رجل البيع المناسب	نوع العميل	المقال
<p>أن يكون البائع صبوراً واسع الصدر وإقناع العميل يجب عليه ذكر الحقائق ويطلب من العميل أن يتفحص الجهاز بنفسه ويعد السماعات الموجودة به.</p>	<p>العميل الذي لا يصدق</p>	<p>ذهب السيد إبراهيم لشراء جهاز تسجيل فسأل البائع: كم سماعة في هذا الجهاز؟ قال البائع: سبع سماعات. فقال إبراهيم في استغراب: غير معقول! إن جميع أجهزة التسجيل بها أربع سماعات، فكيف يكون هذا الجهاز به سبع سماعات؟</p>
<p>على البائع ملاطفتهم والتودد إليهم وتقديم الهدايا حتى يجذب قلوب أمهاتهم.</p>	<p>العميل الذي يحتاج إلى عناية خاصة</p>	<p>ذهبت السيدة مريم ومعها طفلها محمد لشراء عباية لها، فلما دخلت المحل رحبت بها البائعة وقدمت لطفلها هدية.</p>
<p>يُخدم بعناية وسرعة لأن أي تأخير يضايقه ويجب أن تقتصر الأسئلة على الضروري منها ولا تسهب معه في الحديث عن تفاصيل السلعة.</p>	<p>العميل المستعجل</p>	<p>اتجه السيد علي مسرعاً إلى قسم الأدوات المكتبية وقال للبائع: من فضلك أعطني بسرعة قلم حبر ماركة باركر لأنني مرتبط بموعد.</p>

<p>أن تتكلم معه وما دام العميل محب للصمت فكن محبا للكلام وعليك أن تعرض عليه السلعة المطلوبة وتكلم عن مزاياها وأنواعها وأسعارها وتجهل العميل يتفحص السلعة.</p>	<p>العميل الصامت أو الخجول</p>	<p>دخل السيد جمال أحد المحلات وقال للبائع: أريد أن أشاهد أنواعاً من ربطات العنق. فسأله البائع: أي لون من فضلك؟ فأجابه: اللون الكحلي. فبدأ البائع بعرض ربطات العنق وأخذ العميل يتفحصها ثم قال هل لديكم أنواع أخرى؟. فأحضر البائع أنواع أخرى ولكن السيد جمال عاد يطلب أنواع أخرى جديدة دون أن يذكر السبب في عدم إعجابه بأي نوع من المعروض.</p>
<p>أن يسلمه إلى المختص بهدوء وبدون ضجة محافظا على سمعة المحل.</p>	<p>العميل الغير شريف(اللص)</p>	<p>ذهب أحد العملاء لأحدى محلات بيع الساعات وطلب مشاهدة ساعة يد ماركة GUSS ، وما أن ذهب البائع لإحضارها قام العميل بسرقة إحدى الساعات المعروضة.</p>
<p>تريه من السلعة عدة أنواع وتشرح له المزايا الأساسية وتبين ما يحتاج إليه في كلمات بسيطة وتوضح له أن هذه السلعة أو الخدمة هي التي تسد حاجته وتناسبه وتكون صبوراً معه وتسمع إليه وتظهر له اهتمامك.</p>	<p>العميل المتردد</p>	<p>ذهب أحمد إلى إحدى شركات التأمين لشراء خدمة التأمين على الحياة ولكن لا يعرف على وجه التحديد أي نوع من وثائق التأمين على الحياة</p>
<p>الخدمة السريعة. الاختصار في الأسئلة الموجهة إليها.</p>	<p>العميل المستعجل</p>	<p>أخبرت سعاد موظفة إحدى الصيدليات بأن لا وقت لديها وتريد عدسات ملونة بسرعة.</p>
<p>توجه اهتمامك إلى مرافقيه وتهمله بقدر الإمكان لأن قرار الشراء ليس بيده وإنما بيد مرافقيه.</p>	<p>العميل المصطحب</p>	<p>ذهب بسام برفقة زوجته إلى إحدى محلات بيع الساعات لشراء ساعة فاخرة، ولما عرض عليه البائع عدة أنواع معينة من الساعات سأل زوجته ما رأيك؟ أي ساعة اختار؟</p>
<p>أن يحدثه عن السلعة حديثاً تفصيلياً يجب أن تقدم له السلعة ليفحصها بدقة ولا تحاول استعجاله.</p>	<p>العميل المدقق أو العسير</p>	<p>ذهب محمد إلى إحدى معارض السيارات لشراء سيارة، وأخذ يتفحص بدقة من الداخل والخارج وأخذ يسأل عن مزايا السيارة وكيفية الصيانة وسعة المحرك ونوعية قماش الكراسي وجودة الإطارات.</p>
<p>يعود نفسه على الصبر عند التعامل معه ولا توضح له أن حديثاً ليس صحيحاً أو تبرهن تبرهن له على أنه جاهل ومغرور وخير</p>	<p>العميل المدعي</p>	<p>ذهب السيد حميد الجاسم إلى قسم الأجهزة الكهربائية لشراء تلفزيون سوني ياباني فأحضر له البائع جهاز التلفزيون فقال</p>

تصرف رجل البيع	عليه أن يتكلم ما دام العميل لا يتكلم وعليه أن يعرض السلعة ويوضح مزايا السلعة وثمانها أنواعها وأن يقدم له السلعة ليفحصها.	يحتاج ألا تقاطعه أثناء الحديث ولا تظهر له أن حديثه غير بالنسبة لك ويجب أن تشعره أنك مهتم بحديثه وأنت تصغي إليه بعناية ولتتخلص من ثرثرته يجب أن تلتقط عبارات من حديثه لتبدأ بها حديثك عن السلعة التي يريدتها.
----------------	--	--

الوحدة الثالثة - الفصل الثالث

اعتراضات العملاء وكيفية التعامل معها

1- عرف المصطلحات التالية:

المصطلح	التعريف
الاعتراض	كل ما يبديه العميل من أسئلة وانتقادات حول السلعة أو الخدمة التي يريدتها.
طريقة الموازنة	تعترف بالاعتراض ولا تنكره ثم تذكر ميزة هامة في السلعة تفوق الاعتراض.
طريقة الشرح العكسي	يطلب البائع من العميل أن يشرح له الاعتراض الذي أبداه على السلعة.
طريقة الإنكار غير المباشر	لا ينكر البائع الاعتراض وإنما يقر به أولاً ثم بعد ذلك يذكر فائدة أو ميزة أخرى للسلعة تفوق هذا الاعتراض.
طريقة الإنكار المباشر	ينكر البائع الاعتراض في صراحة ووضوح وبغير تردد.

2- علل لما يأتي:

- العميل الذي يعترض أفضل من العميل الذي لا يعترض.
- لأن العميل الذي لا يعترض يكتفي بطلب قطعة أخرى من السلعة بغير أن يذكر عيب القطعة المعروضة.
- يرغب رجل البيع دائماً في سماع اعتراض العميل.

لأنها تساعده على إتمام عملية البيع كما أنها تساعده في الوصول إلى السلعة التي يرغب العميل في شرائها.

3- بصفتك رجل بيع ناجح قبل أن ترد على اعتراض العميل ينبغي أن تقوم بتحليله وتفهم الغرض منه، بين كيفية الرد على اعتراضات العملاء في المواقف التالية:

الموقف	رد رجل البيع المناسب
قال أحد العملاء الذي يشتري إحدى الساعات: إنني لم أسمع عن هذه الماركة من قبل.	يجب على البائع أن يثبت له أنها جيدة وذلك عن طريق التجربة وذكر مواصفاتها مع الاستناد إلى الكتيب.

قال أحد العملاء وهو يشتري طرازاً معيناً من البديل: أنا لا أحب هذا الطراز	يجب أن توضح له أنه أحدث ما وصل وأنه سيجعل العميل شاباً.
قال أحد العملاء وهو يشتري سلعة ما : أحب أن أستشير أصدقائي وزوجتي قبل الشراء.	يجب عليه أن يقدم المعلومات الكافية عن السلعة حتى تتم عملية البيع.

4- حدد طرق الرد على اعتراضات العملاء التي اتبعتها رجل البيع في المواقف الآتية:

طريقة الرد على الاعتراض	الموقف
طريقة تحويل الاعتراض إلى ميزة	العميل: ولكن هذه البطانية خفيفة جداً! رجل البيع: وهذا هو السبب في أنها ممتازة لأنها مصنوعة من أرقى أنواع الصوف، فالصوف الممتاز خفيف الوزن.
طريقة الموازنة	العميل: ولكن هذا الموديل من الساعات من العام الماضي! رجل البيع: نعم هذا موديل العام الماضي لكن عليه خصم 30%.
طريقة الإنكار المباشر	العميلة: هذا القماش جميل ولكني أخشى أن يفقد لونه! رجل البيع: أبداً إنه ثابت الصبغة بكل تأكيد.
طريقة الشرح العكسي	العميلة: ولكن هذه الغسالة تمزق الملابس! رجل البيع: هل تسمحين بأن تشرحي لي كيف تمزق الملابس؟.
طريقة الإنكار غير المباشر	العميل: ولكن سعر أحد الأحذية غالي جداً. رجل البيع: نعم هو غالي الثمن ولكم هل تعلم أنه مصنوع من الجلد الطبيعي الذي يعيش طويلاً؟

5- قارن بين:

طريقة تحويل الاعتراض إلى ميزة	طريقة الشرح العكسي
يقوم البائع الناجح بتحويل اعتراض العميل إلى ميزة.	يطلب البائع من العميل أن يشرح له الاعتراض الذي أبداه على السلعة.

الوحدة الرابعة

البيع

1- ضع المصطلح المناسب لكل مما يأتي:

المصطلح	التعريف
البيع	عملية تبادل بين البائع والمشتري يتم على إثرها امتلاك المشتري للسلعة أو حصوله على الخدمة مقابل سداد ثمنها للبائع
التسويق	إشباع حاجات ورغبات المشتريين من خلال عملية التبادل.
البيع التجاري	الاتصال بتجار الجملة وتجار التجزئة وتزويدهم بالسلع التي يحتاجونها والخدمات الترويجية التي تساعدهم في زيادة كفاءتهم البيعية.
البيع الإرشادي	يختص بتقديم المساعدات للعملاء المباشرين من تجار الجملة والتجزئة.
البيع الفني	يختص بتزويد العملاء بالمساعدات الفنية اللازمة بغرض زيادة المبيعات.
البيع الإبتكاري	يختص بالبحث عن العملاء والتعرف على احتياجاتهم وتعريفهم بهذه الاحتياجات عن طريق تحفيزهم على شراء المنتجات.
مرحلة الاتصال التمهيدي	يشكل اللقاء الأول الفعلي بين رجل البيع وعلميه المرتقب.
شروط العرض الجيد	لا بد أن يحتوي على الوضوح والشمول وكسب ثقة العميل واستبعاد المنافسة.
الحديث البيعي المنظم	هو خير وسيلة تعمل على إتمام عملية العرض بصورة جيدة إذ يسمح الحديث المنظم لرجل البيع بالمزيد من المرونة في الكلام.
لوحة المراجعة	تستخدم للتأكد من أن معظم النقاط المراد عرضها على العميل المرتقب قد تم تغطيتها كما أنها تعطي للعميل فكرة واضحة عن العرض المتبع وعن مدى تمكن رجل البيع من عرض المنتج.
تنظيم السلع داخل المتجر	هو تقسيم المتجر إلى أقسام أو خانات بحيث يتم توزيع السلع على تلك الأقسام حسب الصنف والنوع.

2- علل لما يأتي:

- يجب على البائع الناجح أن يكون على علم بأحوال عملائه باستمرار.
- لأن الحفاظ على عميل قديم لا يقل صعوبة عن اكتساب عميل جديد ومن المفيد أن يحتفظ رجل البيع بدفتر يخص لكل عميلة صفحة يوضح البيانات السابقة الإشارة إليها وأخر طلبية وموضوع المناقشة.
- اتفاق رجل البيع على موعد لمقابلة عمليه.
- حتى لا يبدد رجل البيع وقته في زيارة عميل قد يجده خارج البلاد أو مشغولاً لا يستطيع مقابلته إلا في أوقات معينة كذلك تجديد الموعد يجعل المقابلة سهلة فالعميل يعلم اسم رجل البيع وشركته على الأقل.
- يفضل الهاتف عن الخطاب في تحديد موعد المقابلة.
- لأن يوفر وقت المكالمات حيث لا تتعدى ثلاث دقائق.
- على رجل البيع قراءة مجلة اقتصادية أو تقرير أثناء انتظاره العميل.
- لكي يشعر الآخرون بأن وقته ثمين.
- إياك أن تسيء إلى الماركة لتي طلبها العميل إذا كانت موجودة.
- لأن ذلك فيه نقد لرأي العميل وفقد ثقته في هذه الماركة.
- يجب تقديم كمية مناسبة من السلعة المطلوبة للعميل.
- حتى يستطيع العميل المقارنة بينهما ويتخذ قرار الشراء وهو راض النفس.
- يجب على البائع عدم سؤال العميل عن الثمن الذي يريد أن يدفعه في السلعة.
- لأن ذلك يحرجه ويريكه وخاصة إذا كان العميل محدود الدخل.
- أهمية إشراك العميل في عرض السلعة.
- لأنه تجعله أكثر تعلقاً بها وإذا جربها يشعر وكأنه أصبح مالكا لها وتمنى ألا يتركها بعد ذلك ولذلك تتحرك في نفسه الرغبة في شرائها.
- قيام بعض الشركات بوضع عناصر المناقشة في أدلة.
- لأن الحديث البيعي الموحد مهم جداً لرجال البيع المبتدئين.
- زيادة المرونة في الحديث البيعي المنظم عنها في الحديث البيعي الموحد.
- يتيح له فرصة أكبر للتوسع في أي نقطة دون أن يشعر العميل المرتقب بأن حديث رجل البيع يشتمل إسهاب لا طائل منه.
- يصطحب رجل البيع لوحة المراجعة أحيانا عند عرض السلعة.
- يستخدمها للتأكد من أن معظم النقاط المراد عرضها على العميل المرتقب قد تم تغطيتها وتعطي العميل فكرة واضحة عن العرض وعن مدة تمكن رجل البيع من عرض المنتج.
- يفضل استبعاد المنافسة من شروط العرض الجيد.
- لأن العميل المرتقب قد يكون على دراية بسلع منافسة ويرغب في المقارنة بينهما وبين ما تدعيه عن سلعتك فلعيك أن تدرس هذه المنتجات وطريقة أدائها حتى تكون مساعداً لإظهار تفوق سلعتك.
- تنظيم وتقسيم السلع داخل المتجر.

يوفر الجهد على كل من رجل البيع والمشتري نتيجة تحديد مكان معين لكل سلعة ويبحث في نفس المشتري الراحة.

- أهمية وضع الأسعار على السلع المعروضة.

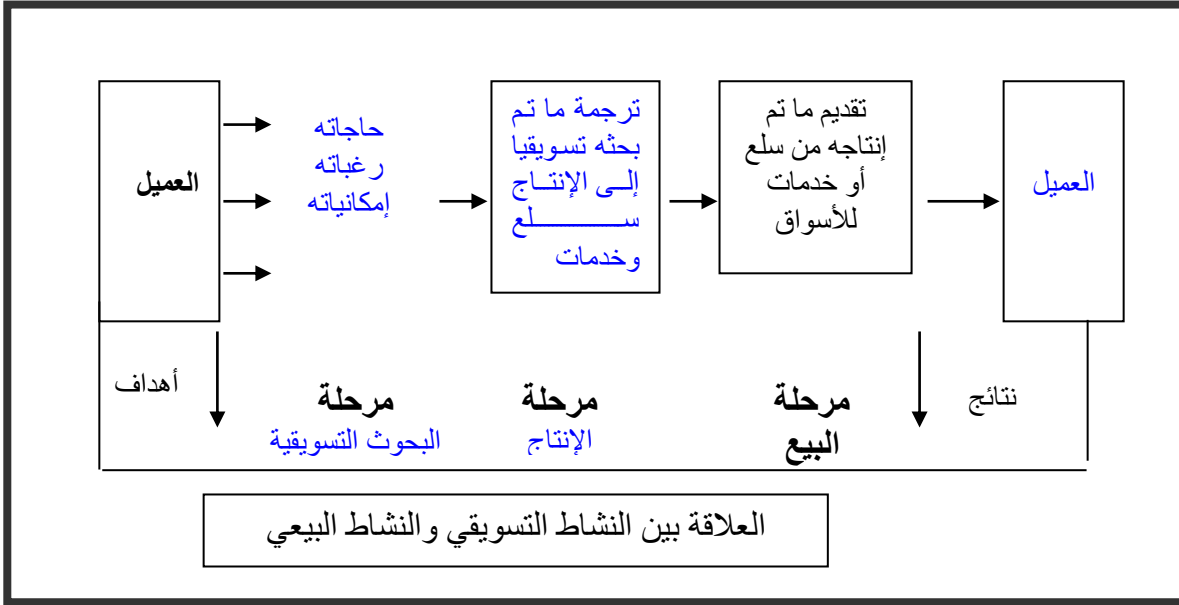
تشكل حماية لرجل البيع والمشتري بالنسبة للمشتري فإنه يجنبه الاستفسار عن السعر والحرص وأيضا يجنب البائعين الجدد الحرج ويوفر لهم الوقت في الرد على استفسارات العملاء.

3- قارن بين الآتي:

وجه المقارنة	البيع	التسويق
التركيز	<ul style="list-style-type: none">• يركز على السلعة أو الخدمة.• يركز على احتياجات المشروع.	<ul style="list-style-type: none">• يركز على احتياجات المستهلك الأخير.• يركز على احتياجات السوق.
علاقته بالإنتاج	الإنتاج أولا ثم التفكير في كيفية بيعه	تحديد ماذا يريد المستهلك أولا ثم التفكير في كيفية ترجمة ذلك إلى سلع وخدمات.
توجيه أنشطة المشروع	توجه وفقا لظروفه الخاصة	توجه وفقا لظروف السوق.
وجه المقارنة	البيع التجاري	البيع الفني
التعريف / طبيعته	الاتصال بتجار الجملة وتجار التجزئة وتزودهم بالسلع التي يحتاجونها.	يختص بتزويد العملاء بالمساعدات الفنية اللازمة بغرض زيادة المبيعات
سلع التعامل	السلع الاستهلاكية	السلع التي تتسم بالفنية مثل المعدات والماكينات والكيماويات
وجه المقارنة	طريقة العرض الاستعمالي	طريقة العرض العملي
التعريف	عرض السلعة بالطريقة التي تستعمل بها	أن يختار رجل البيع ميزة في السلعة ويعرضها بطريقة عملية ليثبت بأن الميزة حقيقية.
طريقة العرض	تعرض على العميل بالطريقة التي تستعمل بها	تختار ميزة معينة في السلعة وتعرضها على العميل بطريقة علمية.
مثال	<ul style="list-style-type: none">• تستعمل السيدة الفستان.• أم يتذوق الطفل عينات من البسكويت.• أن ترتدي السيدة النظارة لتجربها.	<ul style="list-style-type: none">• يرمي الكوب الغير قابل للكسر على الأرض.• يضع الساعة التي لا ينفذ منها الماء في وعاء من الماء.

4- أهمية وظيفة البيع وعلاقتها بالتسويق:

- بناء الهيكل الاقتصادي الوطني.
 - الإسهام في رفع مستوى المعيشة للأفراد في المجتمع.
 - خلق الطلب وتنشيطه.
 - يتسع السوق وتزداد مبيعات المنشأة.
 - تقل التكلفة وتخفض الأثمان.
- 5- أكمل النموذج التالي الذي يبين العلاقة بين البيع والتسويق:



- 6- ما هي أنواع البيع؟
- البيع التجاري
 - البيع الإرشادي
 - البيع الفني
 - البيع الابتكاري
- 7- ما هي مراحل عملية البيع؟
- مرحلة ما قبل الاتصال التمهيدي (الدراسة والتمهيد)
 - مرحلة العرض ومواجهة الاعتراضات
 - مرحلة المتابعة
 - مرحلة الاتصال التمهيدي
 - مرحلة إبرام الصفقة (قرار الشراء)
- 8- أذكر 4 من المعلومات التي يجمعها رجل البيع في دراسته التمهيديّة عن العميل.
- اسم العميل
 - عمره
 - حالته الاجتماعية
 - وظيفته
- 9- ما هي مواصفات الخطاب؟
- الاختصار
 - التشويق
 - الإيجابية في التهميد
- 10- ما هي شروط المقابلة البيعية المثالية؟
- عدم التأخر عن موعد المقابلة.
 - جلوس البائع وجها لوجه وعميله المرتقب.
 - مراعاة البائع في جلسته الآداب العامة والذوق السليم.
 - شرح سلعته بطريقة مقنعة وأسلوب شيق.

• يبرهن على أن سلعته ستحقق ما يرغبه العميل

11- ما هي الاعتبارات الواجب أخذها في الحسبان عند عرض السلعة على العميل؟

- تطبيق مهارات الحديث البيعي الفعال
- تقديم كمية مناسبة من السلعة المطلوبة
- أشراك العميل في عرض السلعة.
- تقديم الماركة أو اللون المطلوب
- لا تسأل العميل عن الثمن

12- ما هي طرق عرض السلعة على العميل؟

- طريقة العرض الاستعمالي
- طريقة العرض العلمي

13- من شروط العرض الجيد:

- الوضوح
- الشمول
- كسب ثقة العميل
- استبعاد المنافسة

14- اذكر الوسائل التي يستخدمها البائع في شمول العرض.

- الحديث البيعي الموحد
- الحديث البيعي المنظم
- لوحة المراجعة

15- طرق كسب العميل هي:

- الشهادات
- الاختيار
- تصرف رجل البيع عامل مساعد

16- أساليب وطرق إتمام البيع:

- إبرام البيع بافتراض العميل المرتقب سيشتري.
- إبرام بالنقطة الأقل أهمية
- عقد الصفقة بسؤال (لم لا)
- لا توجد مقاعد للجلوس
- إتمام البيع بالسؤال عن الطلب
- التهيئة للإجابة بنعم
- عقد الصفقة بالمفاجأة

17- ما هي أهمية النوافذ؟

• أول مفتاح يساعد على فتح أبواب إثارة اهتمام العملاء.

• جذب انتباه العملاء وإثارة دافعية الشراء لديهم.

• يتعرف العملاء القدامى والمرتبين على أنواع السلع المختلفة.

• تعريف المستهلك بكل ما هو جديد أو بكل ما يطرح في الأسواق من قبلهم أو من قبل المنافسين.

18- اشرح نوافذ العرض:

• النوع الأول (النافذة ذات الخلفية الشفافة): تسمح بدخول الضوء الطبيعي داخل المتجر واشترائه مع الضوء

الصناعي بحيث يغير من لون السلعة.

• النوع الثاني (النافذة ذات الخلفية المغلقة): لا تسمح للمارة بمشاهدة السلع الموجودة بالمتجر، وتعتبر هذه الطريقة

وسيلة لإثارة فضول المشاهد وجذبه إلى المحل ليكتشف الموجودات الأخرى.

• النوع الثالث (النافذة المغلقة جزئياً من الخلف): يكون الجزء العلوي بمثابة الخلفية الشفافة للمعرض.

19- وضح أهمية وضع الأسعار على السلع المعروضة بالنسبة لرجل البيع:

- **حماية رجل البيع:** تشكل حماية لكل من رجل البيع والمشتري.
 - **توفير وقت رجل البيع:** يوفر على رجل البيع الوقت الذي يقضيه في الرد على الاستفسارات عن الأسعار.
 - **التأثير على ميزانية الأسرة:** لا تؤثر على ميزانية الأسرة إذا كان في حدود الإمكانيات المسموح بها.
- 20- ما هي الأمور التي لا بد لرجل البيع أن يهتم بها ليتمكن من تحقيق أهداف البيع وكسب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء القدامى؟

- تنسيق المعروضات.
- تغيير أسلوب العرض.
- وضع السعر على المعروضات.
- تغيير المعروضات من وقت لآخر.
- استخدام التكنولوجيا في العروض.
- مراعاة الشروط الصحية والزمنية.

21- اشرح ما يلي:

- **في حالة نجاح الصفقة:** يستغل رجل البيع الفرصة لشكر العميل بصدق وشعور طبيعي لقاء وقته ومعاملته دون الإسراف في التعبير.
- **في حالة فشل الصفقة:** يجب على رجل البيع أن يشكر العميل المرتقب عما أولاه من وقت ويمهد الطريق لزيارة أخرى إذا كان الأمر يستحق.

22- ما هي الأمور التي لا تنتهي مهمة رجل البيع عند إبرام صفقة وتوقيع طلبية؟

- التأكد من تسليم المبيعات.
- التأكد من وضع السلعة وتركيبها.
- مساعدة العميل على تشغيل السلعة.
- توثيق الصلة بالعميل.
- شكر العميل على إبرام الصفقة معه.
- التأكد من مدى رضا العميل عن البضاعة.