

أساسيات المبيعات



بِسْمِ اللَّهِ الْرَحْمَنِ الرَّحِيمِ

إجازة المطبوعة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تم تسجيل هذه المادة لصالح المؤلف/المعد أدناه بعد التعهد بالالتزام بجميع الشروط و الاحكام الخاصة بمحتوى المادة

اسم المادة	أساسيات المبيعات
نوع المادة	كتاب إلكتروني
المحقق	
المترجمون	
المعدون	
المؤلفون	• أحمد محمد زعكان
رقم النسخة	1
اسم الناشر باللغة العربية	احمد زعكان
اسم الناشر باللغة الإنجليزية	Ahmed Zakan
رقم التسجيل	202306152978813
تاريخ التسجيل	2023-06-15



الفهرس

- 4 1-المقدمة
- 5 2-مهنة نبيلة
- 8 3-تحديد مسارك
- 12 4-الإرتداد من الرفض
- 15 5-معضلة الهدف الشهري
- 19 6-العيش على العمولة
- 22 7-إدارة الأنظمة والعمليات
- 24 8-التخطيط المسبق للإتصال
- 28 9-إتقان محادثة الإكتشاف
- 31 10-العميل ليس دائماً على حق
- 34 11-العرض التقديمي
- 37 12-المفاوضات
- 40 13-المحافظة على العملاء
- 44 14-بناء شبكتك
- 46 15-الخاتمة

المقدمة

المبيعات من أجمل الوظائف لكن ما يفسد جمالها أنك قد تزج فيها من دون أدنى تخطيط من قبلك .

كذلك العمل مع بعض الأشخاص في المبيعات من القيادين والمدراء يفسد جمال المبيعات .

المبيعات ليس فقط مجرد بيع منتج أو خدمة , هي دائرة من المعرفة والتطور والنمو المستمر بخلاف بعض الوظائف .
أسأل الله أن تكون هذه الكلمات خالصة لوجه تعالى .

مهنة نبيلة !



تعتبر مهنة المبيعات من أساسيات
عملية التجارة , فهي تعتبر الجسر الذي
يربط بين المنتج والعميل المحتمل.
وبالتالي فعلى موظف المبيعات أن يكون
نبيل وصادق حيث يقوم موظف المبيعات
بتقديم المنتجات الصحيحة والمناسبة
للعامل ويعمل على تلبية احتياجات
العملاء بشكل محترف.

لا يمكن الحكم على نبل وظيفة معينة
فكل وظيفة تعتبر نبيلة إذا مارستها
بشكل شريف وبما يحقق المنفعة
الحقيقية للمجتمع ويتطلب العمل في
مجال المبيعات مهارات كثيرة مثل
التواصل الفعال والتفاوض وإيجاد الحلول
المناسبة للعملاء، وإذا تم اتباع القواعد
الأخلاقية والاحترام الكامل للعملاء فإنه
العمل في المبيعات نُبل يساهم في
تحقيق النجاح المادي والمعنوي للشركات
والأفراد على حدّ سواء .

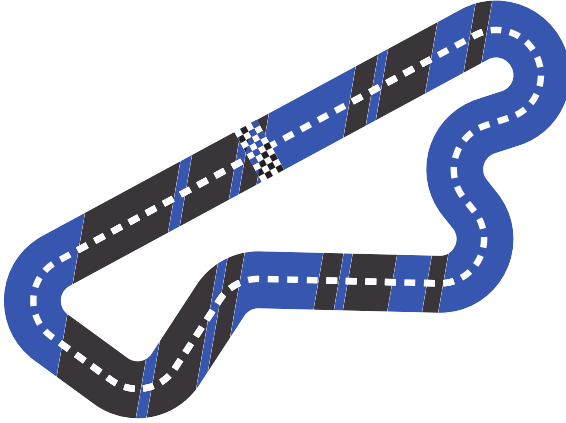
ولكن المبيعات ليست مجرد مسألة إتقان
المهارات والخبرات، إنما تعتبر مهنة ذات
أخلاق ومبادئ فعلى موظف المبيعات أن
يكون صادق وشفاف في تقديم
المعلومات إلى العملاء مع الحفاظ على
خصوصية العملاء وبياناتهم الشخصية.

كما يجب احترام قرارات العملاء ويعد هذا من الأهمية القصوى.

وفي النهاية فإن تُبل مهنة المبيعات يجب أن يكون مرتبط بالجودة والمرونة حيث يعمل موظف المبيعات على بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وذلك من خلال تقديم الخدمات والاستماع لمطالبهم ومتطلباتهم وتلبية احتياجاتهم بكل مهنية واحترافية.



تحديد مسارك



فئة العملاء من الأمور الهامة جدًا في عملية البيع فهي التي تحدد أسلوب التواصل وإختيار الإستراتيجيات المناسبة لجذب اهتمامهم ولذلك يجب عليك كموظف مبيعات أن تحرص على فهم الفئة العمرية التي تستهدفها وأهم اهتماماتها وما تبحث عنه لتلبية حاجاتها.

إذا كنت لا تعرف فئة عملائك بدقة فإنك تخاطر بإضاعة الكثير من الفرص في تحقيق مبيعات ناجحة من خلال معرفة فئة عملائك يمكنك تحسين منتجاتك وخدماتك وتسويقها بشكل أفضل وتحقيق النجاح المطلوب وهناك العديد من الأسباب التي تبرز أهمية معرفة فئة عملائك وهي كالتالي:

• تحديد احتياجات العملاء:

عن طريق معرفة فئة العملاء التي تهتم بمنتجاتك أو خدماتك يمكنك تحديد الاحتياجات الخاصة بهم وتلبيتها بشكل أفضل فعلى سبيل المثال إذا كانت فئة عملائك الرئيسية هي الأمهات العاملات يمكنك تقديم منتجات أو خدمات تتيح لهن توفير الوقت والجهد في المنزل.

• تحسين تجربة العملاء:

تحسين تجربة العملاء من خلال فهم فئة عملائك بشكل أفضل يمكنك تحسين تجربة العملاء مع منتجاتك وخدماتك فإذا كانت فئة العملاء المستهدفة هي الشباب فمن الممكن التركيز على تقديم خدمة عملاء سريعة ومرنة والتركيز على واجهة المستخدم الجذابة.

• تطوير منتجات ملائمة:

بفهم فئة عملائك بشكل عميق يمكن إجراء التعديلات اللازمة على منتجاتك أو خدماتك فعلى سبب المثال إذا كانت فئة العملاء المستهدفة هي الشركات يمكنك تقديم حزمة ملائمة لهم تتضمن حزمة برمجية متكاملة تلبي احتياجاتهم.

بشكل عام فإن معرفة فئة العملاء تعتبر جزءًا هامًا في تحسين عمليات البيع والإستراتيجية العامة لأي شركة أو متجر فالفهم الجيد لاحتياجات العملاء يؤدي إلى زيادة المبيعات وتحسين تجربة العملاء .



الارتداد من الرفض



عدم إغلاق عملية البيع هو ثاني أسوء شيء سيحدث لك في المبيعات. لكن قدرتك على إعادة ضبط نفسك أمر بالغ الأهمية لنجاحك ولعملائك الآخرين دعنا نتحدث عما يشكل بالفعل صفقة خاسرة.

السيناريو الأكثر وضوحًا هو أن يقول العميل لا لمقترح ما أو أن يذهب إلى

منافس آخر لكن من واقع خبرتي نادرًا ما يتم اعتبارها خسارة إلى الأبد.

مندوبي المبيعات متمرسين ونرى هذا طوال الوقت في أعمالنا لديك عملاء يقولون لا في البداية ولكن بعد ذلك يتواصل معك سواء أكانت المدة قصيرة أو بعيدة لكنه يحدث بالفعل وهذا لا يعني أنها ليست مخيبة للآمال في الوقت الحالي ومع ذلك عليك أن تتذكر لا يمكنك فقط إغلاق الباب وتغطية أذنيك ومحاولة نسيان ما حدث.

عليك أن تتعلم منه وأن تعود مرة أخرى وتحافظ على تواصلك مع العميل وتؤكد العميل الجيد هو عميل جيد سواء قال نعم هذه المرة أو ربما ستأتي فرصتك لاحقًا.

ولا تأخذ الموضوع على محمل شخصي .
فأفضل شيء يمكنك القيام به بعد
خسارتك لصفقة ما هو إعادة تعيين
هدفك الأعلى وبقدر ما يكون الأمر مؤلماً
قرر أنك ستتعلم منه.



معضلة الهدف الشهري



المبيعات هي واحدة من أكثر المهن القائمة على الأداء.

يتم قياس ادائك بشكل شهري على الأقل وأحياناً أكثر من ذلك ويتم أحياناً نشر هذه القياسات لبقية فريق المبيعات.

إذن يعرف الجميع تمامًا ما تقدمه ويرتبط أدائك أيضًا بالعمولة كلما كانت مبيعاتك أفضل زادت الأموال التي تجنيها.

يمكن أن يكون هذا رائعًا إذا كانت الأمور تمضي حسب الخطة الشهرية ولكن من ناحية أخرى يمكن أن يكون محفّرًا للقلق لأن أدائك ومبيعاتك دائمًا في فئة يجب تحديدها وعندما تكون متأخرًا من السهل أن تصبح متوتر وقلق وتذكر الخوف يولد الخوف.

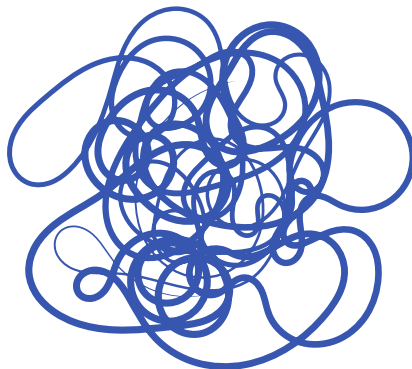
كلما كنت قلقًا أكثر أمام المشتريين كلما كنت أقل نجاحًا وبسبب ذلك ستصبح أكثر قلقًا وهي دوامة من القلق بشأن الهدف الشهري ويصبح من الصعب التخلص منها وتأثر على سائر حياتك.

عليك أن تركز على نشاط المبيعات لأن المبيعات هي لعبة أرقام كلما زاد نشاطك وكان ذو قيمة عالية لعملائك ستحقق المزيد من النجاح .

لذا ترجم هذا التوتر إلى أفعال وما نريد القيام به هنا هو أن تكون كريماً لذلك لا أتحدث معك عن زيادة ساعات العمل بل العمل بذكاء من خلال دراسة المنتجات والعملاء وطريقة العرض والتواصل مع بعض العملاء الذين قد رفضوا عمليات بيع ماضيه أو العملاء الذين تعتمد عليهم في الإغلاق كذلك التفكير خارج الصندوق وإذا كنت تعمل في فريق مبيعات تقليدي وكان لديك مدير مبيعات وكنت متأخر عن الهدف الشهري لا مانع أن تشاركه الأمر وتطلب منه المساعدة فهذا لا يقلل من شأنك ولا يؤثر على تقييمك لكن هذا يدل على حرصك وذكائك في التعامل مع المشكلة.

مديرك يطلع بشكل مستمر على تقدمك
 في المبيعات وربما لم يتدخل في الأمر
 لكن الجميل أن تتحدث عند بداية الأمر ولا
 تنتظر حتى تصبح الأمور أكثر تعقيدا
 صدقني كل مدير على قيد الحياة يفضل
 أن ترفع يدك وتقول إنك متأخر قليلاً في
 مبيعاتك الشهرية , بدلاً من أن تصمت
 وهو يعلم بالأمر.

القلق بشأن الهدف الشهري أمر طبيعي
 خاصة في بداية مهمتك كمندوب مبيعات
 ولكن يمكن إدارة هذا القلق والخوف
 واستثماره وتذكر عندما تركز على عملائك
 وتحاول مساعدتهم بصدق وبصدق فإنها
 ستعود إليك دائماً.



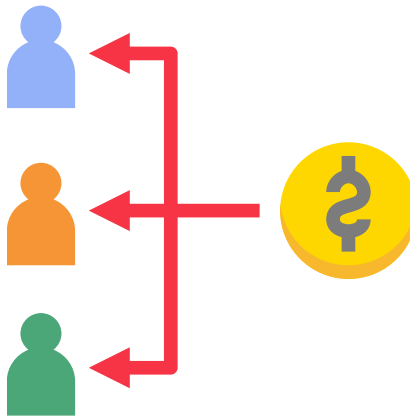
العيش على العمولة



لا شيء أجمل من رسالة تم الإيداع
والأفضل إذا كان المبلغ يفوق توقعاتك
وليس هناك ما هو أسوأ من عدم معرفة
مقدار العمولة التي ستجنيها من شهر
إلى آخر.
تعلم من الصعب توقع دخلك خاصة في
وقت مبكر من مهنة المبيعات .

وتبدأ في التفكير في المبلغ الذي
يمكنني تحمله على الإيجار أو قسط
السيارة تصبح هذه الأسئلة معقدة نوعًا
ما لأنها متغيرة للغاية.

الشيء الآخر الذي يجعل حياتك أكثر
صعوبة عندما تعيش على العمولة ، إذن
ماذا يمكنك أن تفعل؟ بمجرد دخولك في
المبيعات لفترة من الوقت يجب أن تفهم
ما الذي يشكله عدم تحقيق الهدف
الشهري أو انخفاض المبيعات .
تريد أن تتأكد من قدرتك على الوفاء
بالتزاماتك الأساسية بما في ذلك الديون
والأقساط وجميع المتطلبات في أسوأ
شهر لك.

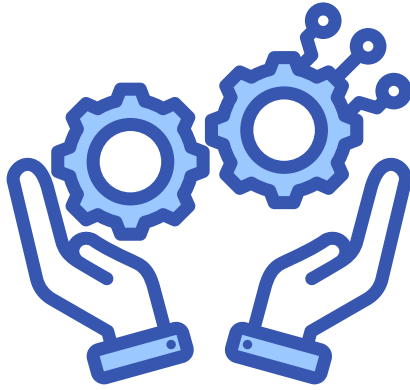


لا تعتمد على العمولة في تدبير أمور حياتك فهي غير ثابتة ومتردة كثيرة وتخضع لعدم الشفافية في بعض الشركات لا شيء مضمون بالنسبة للعمولة!

يمكن تسريح أي موظف, وإغلاق الشركات وتعطل الأعمال ولا أحد لديه يقين .
لذلك لا تعيش حياتك على العمولة مهما كانت ظروفك



إدارة الأنظمة والعمليات



كشف تقرير حديث لـ Salesforce أن البائعين يقولون إنهم يقضون 34% فقط من وقتهم في البيع الفعلي وبقية ذلك الوقت مليء بإدخال البيانات وإنشاء عروض الأسعار وأنشطة أخرى لا تتعامل مع العملاء.

نظام إدارة علاقات العملاء الخاص بك هذا هو خبزك وزبدتك لذا ما تريد القيام به

مع نظام إدارة علاقات العملاء الخاص بك هو أنك تريد التأكد من أنك تستخدمه في الوقت المباشر لا تعتقد أنه يمكنك العودة لملئها لأنك ستنسى الأشياء الغير مهمة والتي قد تأثر على سير العملية لذلك عليك تدوين ملاحظاتك على العملاء في الوقت الحالي قم بتحديث الملاحظات في اللحظة التي تنتهي فيها من المكالمة لأن هذا يخبرك بما حدث بشكل فردي في المكالمة ويخبرك أيضًا بشكل جماعي بمكانك من حيث سير عملية البيع الخاص بك وجزء منها لمديرك .

إذا كان لديك تقرير يتم إرساله بشكل يومي أو تحديث بعض العروض أو إرسال بعض الطلبات حتى وإن كانت مملة فهي أساسية عليك ترتيب وقتك وتنظيمه بدقه ولا تجعل المزاجية تطغى على هذا الأمر .

التخطيط المسبق للاتصال



إن الاتصال الهاتفي لا غنى عنه في عملية البيع والتسويق ولكن لتحقيق نتائج إيجابية في هذه العملية لا بد من التخطيط المسبق للاتصال الهاتفي. يتضمن التخطيط المسبق للاتصال الهاتفي عدة خطوات مهمة يجب إتباعها لتحقيق النجاح في هذا المجال.

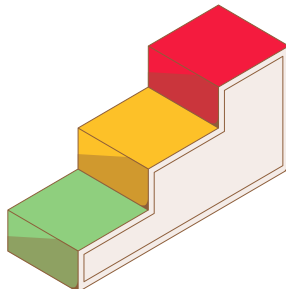
الخطوة الأولى: تحديد الهدف من الاتصال الهاتفي

يجب تحديد الهدف المرجو من الاتصال الهاتفي هل هو للتعريف عن منتج جديد أو تسويق عرض خاص أو لإتمام صفقة. يجب تحديد الهدف المنشود مع وضع خطة مناسبة لتحقيق هذا الهدف.

الخطوة الثانية: دراسة المستهدف

يجب العمل على دراسة المستهدف قبل إجراء الاتصال الهاتفي ومتابعة الفعاليات والأخبار المتعلقة بالشركة والقطاع ومعرفة ما إذا كان العميل مهتمًا بالمنتج أم لا. يساعد هذا على تحديد العامل المحفز عند الاتصال الهاتفي.

الخطوة الثالثة: التعرف على المعلومات الهامة



يجب جمع المعلومات الهامة عن المستهدف لتحقيق الهدف ومعرفة ما يهتم به وما يمكن أن يعترض عليه في حالة إجراء الاتصال الهاتفي.

الخطوة الرابعة: تعلم فنون الاتصال

يجب تعلم فنون الاتصال الفعال وذلك من خلال تبني الطرق المناسبة للتحدث الهاتفي وطريقة الإقناع.

الخطوة الخامسة: التحضير للاتصال

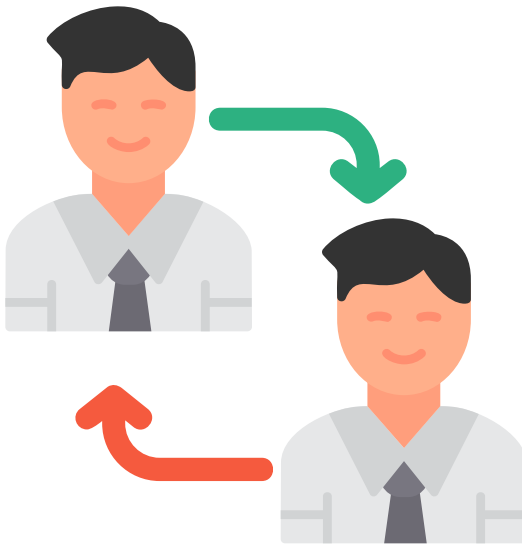
الهاتفي

يجب التأكد من التحضير الجيد للاتصال الهاتفي وذلك من خلال تحديد نقاط النقاش الرئيسية والمعلومات التي يجب تقديمها وتحديد الإجراءات المتعلقة بإجراء الاتصال الهاتفي.



الخطوة السادسة: متابعة الاتصال الهاتفي

يتعين متابعة الاتصال الهاتفي وذلك
بتحديد المخرجات المحتملة والإجراءات
التالية وخلق جدول زمني لإجراء المتابعات
اللاحقة.



إتقان محادثة الاكتشاف

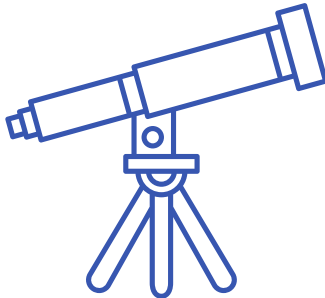


تعد محادثة الاكتشاف في عالم المبيعات أداة حيوية لفهم احتياجات العملاء وتلبيةها بشكل فعال. إذا كنت ترغب في تعزيز مهاراتك في هذه الخطوة فأليك بعض النصائح الهامة لمساعدتك على تحقيق أقصى قدر من الفعالية في محادثة الاكتشاف.

أولاً، تحتاج إلى الاستعداد المناسب قبل بدء المحادثة يجب عليك القيام بمعرفة العميل والمنتج أو الخدمة التي يبحثون

عنها جيداً وتحديد الأسئلة الأساسية المتعلقة بالمنتج وسيساعدك هذا الامر في الحصول على إجابات أفضل من العميل.

ثانياً أثناء المحادثة يجب عليك الاستماع جيداً لما يقوله العميل والإنصات له. لا تقاطعه ولا تحاول إقناعه أو تحويل تفكيره بدلاً من ذلك قم بطرح الأسئلة المهمة والإنصات لإجابته وبالطبع لا تنسى أن توثق الإجابات في ملاحظاتك. ثالثاً بعد انتهاء المحادثة أعد تقييم كل شيء بعناية واستنتج الأفكار الهامة والاحتياجات استخدم هذه المعلومات لتقديم اقتراحات أفضل للعميل وبناء علاقة دائمة.

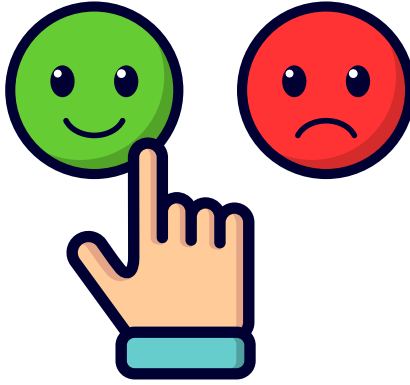


وأخيرًا كن صادقًا مع العميل إذا لم تتمكن من تقديم ما يحتاج إليه قم بإخباره بأن هناك حلول أخرى قد تكون متاحة في المستقبل علاوة على ذلك تذكر أن تشكر العميل على وقته ولا تنسى توفير طرق اتصال إضافية مثل معلومات الاتصال الخاصة بك في حالة ظهور أسئلة أو مخاوف لديه في المستقبل.

بشكل عام عملية محادثة الاكتشاف هي واحدة من العناصر الأساسية لتلبية احتياجات العملاء بشكل فعال القيام بهذه المهمة بانضباط واحترافية يمكن أن يؤدي إلى علاقة دائمة مع العميل وتحسين نتائج المبيعات بشكل عام.



العميل ليس دائماً على حق



العديد من الأشخاص يعتقدون بأن العميل هو الشخص الذي يملك الحق في كل شيء لكن هذا ليس صحيح دائماً. في الواقع العميل لديه الحق في طلب الخدمات أو المنتجات التي يريدونها لكنه لا يمتلك الحق في التصرف بطريقة غير لائقة أو في الإضرار بأي من الموظفين أو العملاء الآخرين.

في بعض الأحيان يمكن أن يخطئ العميل أو يكون غير راضي عن الخدمة التي حصل عليها وهناك العديد من الأسباب التي يمكن أن تؤدي إلى هذا الأمر منها اختلاف الثقافات وعدم فهم اللغة والتوقعات الغير واقعية والتغيير في الرؤية الشخصية.

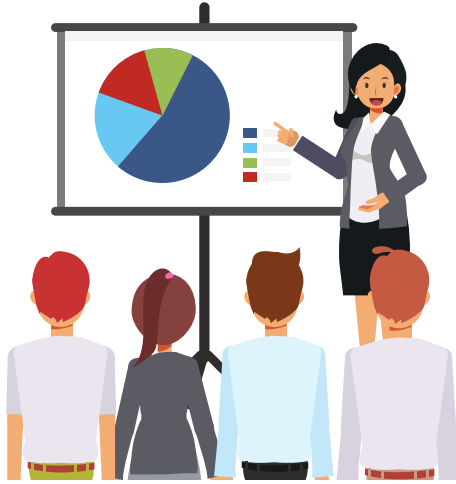
بعض العملاء يميلون إلى الإفراط في مطالبهم مما يؤدي إلى يطرق أبواب الفشل ويحدث أحياناً أن يرفع العميل شكوى ضد الشركة وهو غير محق حيث يقوم بإدعاء إخفاء المعلومات أو التلاعب بالمنتجات وهذا يمكن أن يسبب الضرر للشركة والموظف ويؤثر على علاقتها مع باقي العملاء



في النهاية يجب التعامل مع العميل بأسلوب احترافي واحترامه لأنه هو الكيان الذي يدعم الشركة ولكن في حالة عدم حقه في الشكوى أو المطالبة بما لا يحق له يجب أن يتم التعامل مع الأمر بحكمة ومرونة لتجنب أي عواقب سلبية على الموظف والإدارة والعلاقات العامة للشركة.



العرض التقديمي



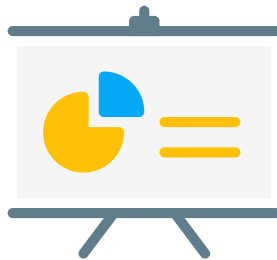
تعتبر العروض التقديمية من أدوات البيع الرئيسية التي يستخدمها معظم موظفي المبيعات. فهي تساعد على توضيح المنتج أو الخدمة التي تقدمها الشركة وتوفير المعلومات الضرورية للعملاء المحتملين. وبما أن الهدف الرئيسي لأي موظف مبيعات هي زيادة المبيعات وتنمية الأعمال فإن استخدام العروض التقديمية يلعب دوراً مهماً في تحقيق هذا الهدف.

ويمكن القول إن العرض التقديمي هو أداة تسويقية مثالية لإتمام البيع إذ يمكن من خلاله توضيح الرؤية والرسالة التسويقية للشركة أو المنتج بصورة مرئية وسهلة التفاعل.

كما يمكن استخدام العرض التقديمي لإظهار مميزات وفوائد المنتج بصورة واضحة ومباشرة ويمكن أيضًا استخدام الصور والرسوم التوضيحية لجذب انتباه العملاء وتعزيز فهمهم للمنتج. أحد أهم مميزات العروض التقديمية هو أنها تساعد العملاء على فهم خصائص المنتج بشكل أفضل وبطريقة مرئية كما أنها توفر لهم معلومات جميلة ومثيرة للإهتمام بحيث يشعرون بالراحة والثقة في شراء المنتج. وبالإضافة إلى ذلك فإن العروض التقديمية توفر للعملاء وقتًا قصيرًا لفهم ومعرفة المزيد عن المنتج

ويجعل القرار بشأن شراء المنتج أمراً سهلاً ومريحاً.

وعلى الرغم من أن العرض التقديمي يمكن إعدادَه بسهولة باستخدام البرامج والتطبيقات فإن إعداد عرض تقديمي يحتاج إلى دراسة جيدة للفئة المستهدفة ومعرفة الاحتياجات للعميل المستهدف كما يحتاج إلى التصميم الجذاب والمحتوى الفعال لذا يجب عليك تحديد عناصر التصميم المناسبة وتنسيق المحتوى وتشجيع العملاء على شراء المنتج. وفي النهاية فإن العرض التقديمي يعد إحدى الطرق المهمة لتحقيق البيع كما أنه يمثل فرصة كبيرة لتحسين تجربة العملاء والتعريف بالمنتج بشكل أفضل



المفاوضات



تعتبر مفاوضات البيع من العمليات الحاسمة التي تتطلب أعلى درجات التركيز والمهارة في التفاوض حيث تهدف إلى تحقيق أفضل سعر ممكن للمنتج أو الخدمة المراد بيعها لذلك فإن نجاح المفاوضات يعتمد على الاستعداد الجيد والتخطيط الدقيق للعملية. أسلوب التفاوض هو جزء مهم جدًا في أي مفاوضات للبيع.

ولجعل عملية المفاوضات تسير بسلاسة ونجاح فيجب أولاً تحديد مساحة الصفقة ومن ثم التركيز على التفاصيل الرئيسية التي تهم الجانبين. على سبيل المثال إذا كانت الصفقة تتعلق بالأسعار فيجب تحديد السعر الذي ترغب في بيع منتجك به قبل بدء المفاوضات وإذا تتعلق الأمر بشروط تقديم الخدمة فيجب تحديد الشروط التي تريدها قبل بدء المفاوضات.

من المهم أن تنتبه لمشاعر الطرف المقابل وأن تتعامل معه بطريقة لطيفة وودية. يجب أن تُصمم التفاوض بطريقة تتناسب مع الأطراف المتفاوضة بحيث يتم الحفاظ على مستوى رضا عالٍ كما يجب الحرص على قراءة مشاعر الطرف الآخر وفهم مدى إصغائه لكل ما تقدمه له.



بشكل عام تعتبر مفاوضات البيع عملية حساسة للغاية ويتطلب نجاحها تخطيطًا دقيقًا ومهارات تفاوض عالية. التفاوض على البيع هو عملية تتطلب الصبر والتركيز والمهارة وقد تأخذ وقتًا طويلًا للتوصل إلى اتفاق ناجح ومع تطور التكنولوجيا وتحسين الاتصالات أصبحت عملية التفاوض أكثر سهولة وسلاسة لذا يجب على الأطراف المعنية التعاون والعمل معًا لتحقيق الهدف المشترك.



المحافظة على العملاء



تعد المحافظة على العملاء أمرًا حيويًا لنجاح أي شركة أو مؤسسة حيث إن العميل هو محور الأعمال والأهم من ذلك كله هو أن العميل هو الذي يدعم الشركة ويساهم في نجاحها.

إن المحافظة على العملاء تعتمد على العديد من العوامل كما أن هناك خطوات يجب أخذها لضمان المحافظة على عملائك

• تقديم أفضل الخدمات

عندما يتعلق الأمر بالمحافظة على العملاء فإن تقديم أفضل الخدمات هو أحد العوامل الأساسية يجب عليك توفير خدمات تفوق توقعات عملائك والتأكد من رضاهم تجاه كل الخدمات التي تقدمها.

• الاهتمام بالتفاصيل

من المهم جداً الاهتمام بالتفاصيل في عمليات التعامل مع العملاء فعلى سبيل المثال يجب عليك الإستجابة السريعة لأي استفسارات يقوم العملاء بطرحها كما يجب توفير الإجابة على أدق التفاصيل.

• العمل على تطوير العلاقات مع

العملاء

تعتبر العلاقات الوثيقة بين المؤسسة والعملاء هي المفتاح الأساسي في المحافظة على العملاء. لذلك يجب عليك تشجيع العملاء على التواصل المستمر

وتطوير العلاقات بينكم عن طريق الاجتماعات الدورية والاتصالات بالعملاء.

• توفير الدعم الفني المناسب

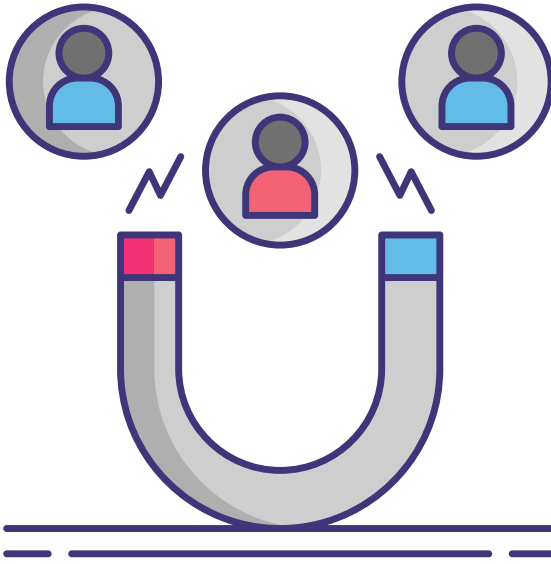
عندما يواجه العملاء مشاكل في استخدام المنتج أو الخدمة يجب تقديم الدعم الفني اللازم والاستجابة لمشاكلهم بشكل سريع وفعال فالدعم الفني المناسب يعزز ثقة العملاء بالمؤسسة وهذا يساعد في المحافظة على العملاء.

• العمل على الابتكار

يجب توفير المنتجات والخدمات الجديدة بشكل متواصل وإجراء التحديثات المستمرة للمنتجات والخدمات الحالية. فالابتكار في العرض يجذب العملاء الجدد ويساعد في المحافظة على العملاء الحاليين.



المحافظة على العملاء هي جزء حاسم من أي استراتيجية تجارية وتتطلب التزامًا كاملاً من الشركات لتلبية احتياجات العملاء وإقناعهم بأن الشركة تعتبرهم هدف في عملياتها المستمرة.



بناء شبكتك



نلاحظ في الأونة الأخير أن نسبة كبيرة من المجتمع بدء يهتم ببناء شبكته الخاصة أو زيادة أعداد المتابعين وذلك لأغراض عدة من أهمها التسويق لنفسه أو خدماته أو لأي منتجات وأنت كموظف مبيعات أحوج لهذا الأمر .

لابد لك أن تكون قريب من الناس وتبني شبكتك الخاصة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي و الواقع

وأن تقدم نفسك ليس فقط كبائع تبحث
عن مصلحتك وتحقيق المبيعات بل
كمُرشد وناصح لهم في مجالك وتخصصك
وأرجوك أن تبتعد عن صنع المحتوى لمجرد
المحتوى بل كن متمرس وذو خبرة عالية
في مجالك .

في النهاية المبيعات تحكمها العلاقات
وتستمر بالعلاقات وتنمو وتتطور
بالعلاقات .

لا تهمل هذا الجانب فهو سيصنع لك
الفرق خاصة في أوقات نزول المبيعات !



الخاتمة

لا تخشى التجربة ولا تخاف من الخطأ فكلنا
 كان لنا تجارب فاشلة ومحاولات خاطئة ,
 التجربة والتعلم من الأخطاء هي سر تميزك
 وتطورك , لا تتوقف عن التعلم ولا تكتفي
 بمعرفة المعلومة فقط بل طبقها واضف
 عليها من خبراتك ومعرفتك واصنع مزيجك
 الخاص في عالم المبيعات وفي الحياة
 بشكل عام .

أراك حيث تُحب بإذن الله



صدر للمؤلف

