

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

المقياس: إدارة المبيعات والقوى البيعية

المستوى: أولى ماستر

التخصص: تسويق خدمات

2024/01/15

المدة: ساعة ونصف

السؤال الأول (3ن): عرف مايلي

1. القوى البيعية في المؤسسة.
2. اختيار وتعيين رجال البيع.
3. التخطيط البيعي.

السؤال الثاني (6ن): اشرح باختصار الفرق بين

1. توسيع قاعدة الزبائن / الاهتمام بالزبائن
2. مميزات التوظيف الداخلي / مميزات التوظيف الخارجي.
3. التحفيز / الدافعية

السؤال الثالث (6ن): اشرح مايلي

1. كيف تحدد الاحتياجات التدريبية لرجال البيع عن طريق تحليل المشكلات؟
2. كيف تؤثر طبيعة الأهداف على تحديد حجم القوى البيعية؟
3. كيف تؤثر إدارة الوقت على العملية البيعية؟

السؤال الرابع (5ن): أذكر مع شرح بسيط بعض مشكلات الرقابة على القوى البيعية.

الإجابة على السؤال الأول (3ن): عرف مايلي

1. القوى البيعية في المؤسسة: القوة البيعية هي مجموعة من الأفراد الذين تتمثل مهمتهم في بيع منتجات المؤسسة. وهي تشكل العمود الفقري للنشاط التجاري في المؤسسة. (1)
2. اختيار وتعيين رجال البيع: عملية المفاضلة بين المرشحين المتقدمين لشغل الوظيفة البيعية الشاغرة، ومن ثم اختيار المرشح الأنسب سواء كان من داخل المؤسسة أو من خارجها، ليتم تجربته وتثبيتته في حالة القبول. (1)
3. التخطيط البيعي: هو ذلك النشاط الذي ينطوي على تحديد أهداف بيعية وكيفية الوصول إليها باستخدام موارد محددة. (1)

الإجابة على السؤال الثاني (6ن): اشرح باختصار الفرق بين

1. توسيع قاعدة الزبائن/ الاهتمام بالزبائن:

• توسيع قاعدة الزبائن عن طريق: (1)

1. البحث عن الزبون المرتقب.
2. بناء اتصال هادف مع الزبون
3. عرض وتقديم المنتج للزبون
4. التعامل مع الاستفسارات والاعتراضات
5. اغلاق عملية البيع (الوصول لقرار نهائي من قبل الزبون)
6. المتابعة لتصحيح الانحرافات إن وجدت

• الاهتمام بالزبائن عن طريق: (1)

1. العناية بالزبائن من خلال تحديد احتياجاتهم وتوفير المنتجات في الزمن والمكان المناسبين.

2. التعامل مع شكاوي العملاء من خلال تفادي وقوع مشكلات مع الزبائن و معالجة الشكاوي في

وقت قصير.

2. مميزات التوظيف الداخلي/ مميزات التوظيف الخارجي:

- مميزات التوظيف الداخلي: الاستفادة من تشجيع رجل البيع من الثقافة التنظيمية للمؤسسة، توفر قاعدة معلومات دقيقة، تحديد الاحتياجات التدريبية بأكثر دقة. (1)
- مميزات التوظيف الخارجي: بعث روح جديدة لفريق البيعي، زيادة المنافسة بين رجال البيع، تنوع المهارات والكفاءات. (1)

3. التحفيز/الدافعية:

- التحفيز: الحافز هو مؤثر خارجي يجذب الفرد باعتباره وسيلة لإشباع حاجاته. (1)
- الدافعية: الدافع هو محرك داخلي يدفع الفرد للبحث عن شيء محدد. (1)

السؤال الثالث(6ن): اشرح مايلي

1. تحدد الاحتياجات التدريبية لرجال البيع عن طريق تحليل المشكلات:

يساعد تحليل المشكلات الحاصلة على مستوى الجهاز البيعي للمؤسسة من معرفة نقاط القوة (1) و التي تمكن من تحقيق الريادة، و نقاط الضعف (1) والتي يمكن أن تكون محاور أساسية في الدورات التدريبية لرفع المستوى.

2. تأثير طبيعة الأهداف على تحديد حجم القوى البيعية: و المقصود بطبيعة الأهداف هو نوعها فقد

يكون الهدف هو تعظيم الأرباح، أو زيادة الحصة السوقية، أو بناء الولاء لدى الزبون....، (1) فمثلا إذا

كان الهدف هو تعظيم الأرباح فالمطلوب أن يكون حجم القوى البيعية يتناسب مع عمليات بيع ذات

أرباح عالية، أما إن كان الهدف هو بناء الولاء لدى الزبون فسيكون من الأفضل الاعتماد على حجم

صغير لكن بمهارات اتصالية مرتفعة. (1)

3. تأثير إدارة الوقت على العملية البيعية: الوقت هو من بين أهم تحديات عمل القوى البيعية، وكما هو

معلوم أن الوقت هو تكلفة ، وعدم إدارته بالشكل الصحيح سيزيد من التكلفة(1)، لذلك على رجل

البيع أن يمتلك مهارة إدارة وقت العملية البيعية وذلك عن طريق(1):

- تحديد عدد المقابلات البيعية في اليوم.
- تحديد الزمن المستغرق في كل عملية بيعية.
- تحديد الزمن المستغرق لتنقل من زبون إلى آخر.

السؤال الرابع(5ن): ذكّر مع شرح بسيط بعض مشكلات الرقابة على القوى البيعية:

- تعطيل السلوك الابداعي لدى رجال البيع.(1)
- تأثير الرقابة بشخصية وآراء المقيم.(1)
- عدم كفاءة المقيم أو قصور نظام الرقابة.(1)
- تحول الرقابة من وسيلة إلى غاية.(1)
- رفض رجال البيع للإجراءات التصحيحية والعلاجية.(1)
- أخطاء النسيان أو الاستناد إلى المعطيات الحديثة فقط في الرقابة.