

المرجع: إدارة المبيعات و مهارات البيع
أ. د. حبيب الله بن محمد التركستاني
مركز النشر العلمي- جامعة الملك عبد العزيز



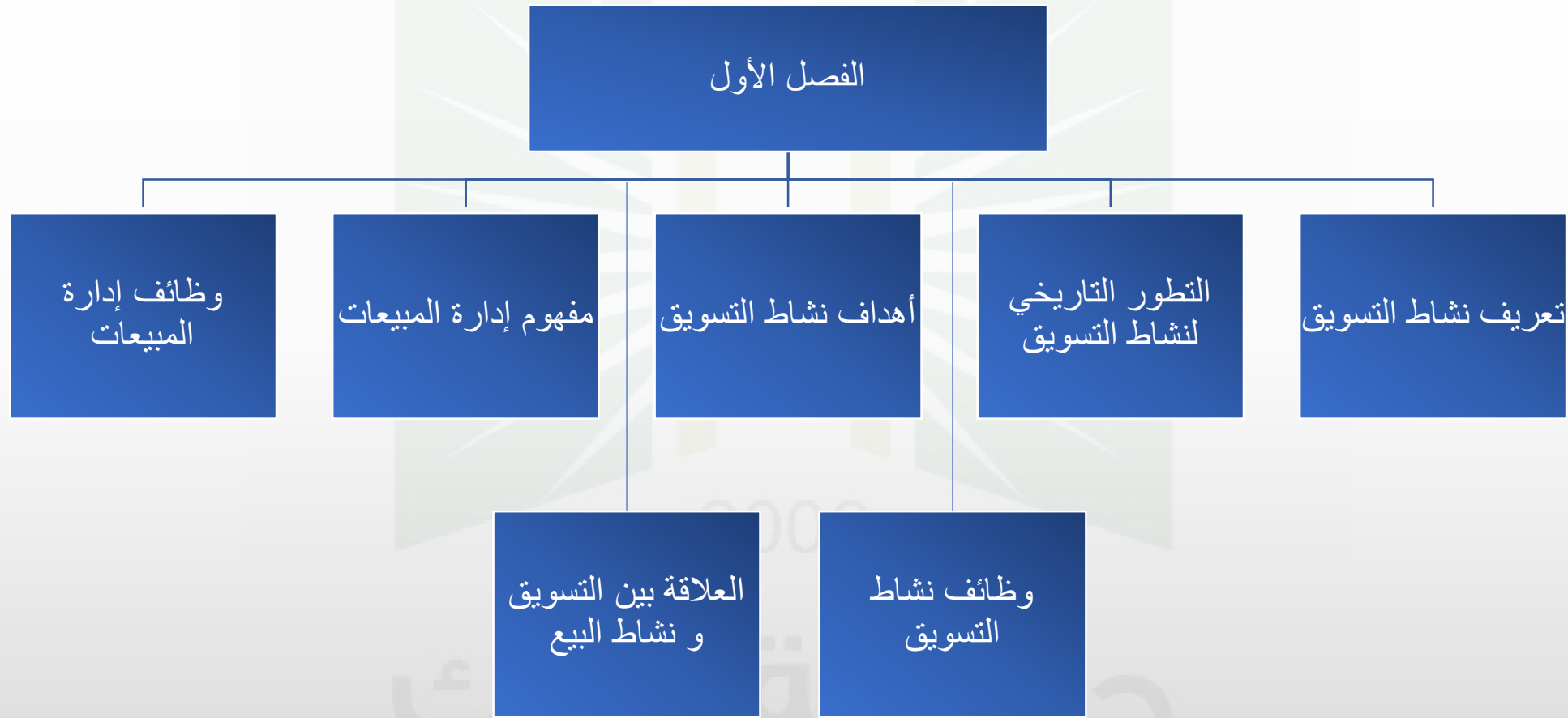
مقدمة في التسويق وإدارة المبيعات

إعداد

د. هند سامح

أستاذ مساعد - قسم التسويق

كلية إدارة الأعمال



وظائف إدارة المبيعات

مفهوم إدارة المبيعات

أهداف نشاط التسويق

التطور التاريخي لنشاط التسويق

تعريف نشاط التسويق

العلاقة بين التسويق و نشاط البيع

وظائف نشاط التسويق

تعريف نشاط التسويق

- أصبح هناك كثير من اللبس أو عدم الفهم الحقيقي للمقصود من نشاط التسويق ، إذ يرى البعض أن التسويق هو: الإعلان والترويج ويرى البعض الآخر أنه البيع ويرى آخرون إن التسويق هو جعل الآخرين يشترون ما ليس هم بحاجة إليه من السلع والخدمات.

تعريف نشاط التسويق

- تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق:
- "النشاط الذي ينطوي على مجموعة من الأعمال لتخطيط وتنفيذ المفاهيم أو التصورات الخاصة بالأفكار والسلع والخدمات وتسعيرها وترويجها وتوزيعها لتحقيق عمليات تبادل قادرة على تحقيق قيمة لدى العملاء والشركاء والمجتمع ككل"
- تعريف كوتلر و أرمسترونج:
- "العملية الاجتماعية والإدارية التي يستطيع الأفراد والجماعات من خلالها الحصول على ما يحتاجونه ويرغبون فيه من المنتجات من خلال إنتاجها وتبادلها وتقييمها فيما بينهم."

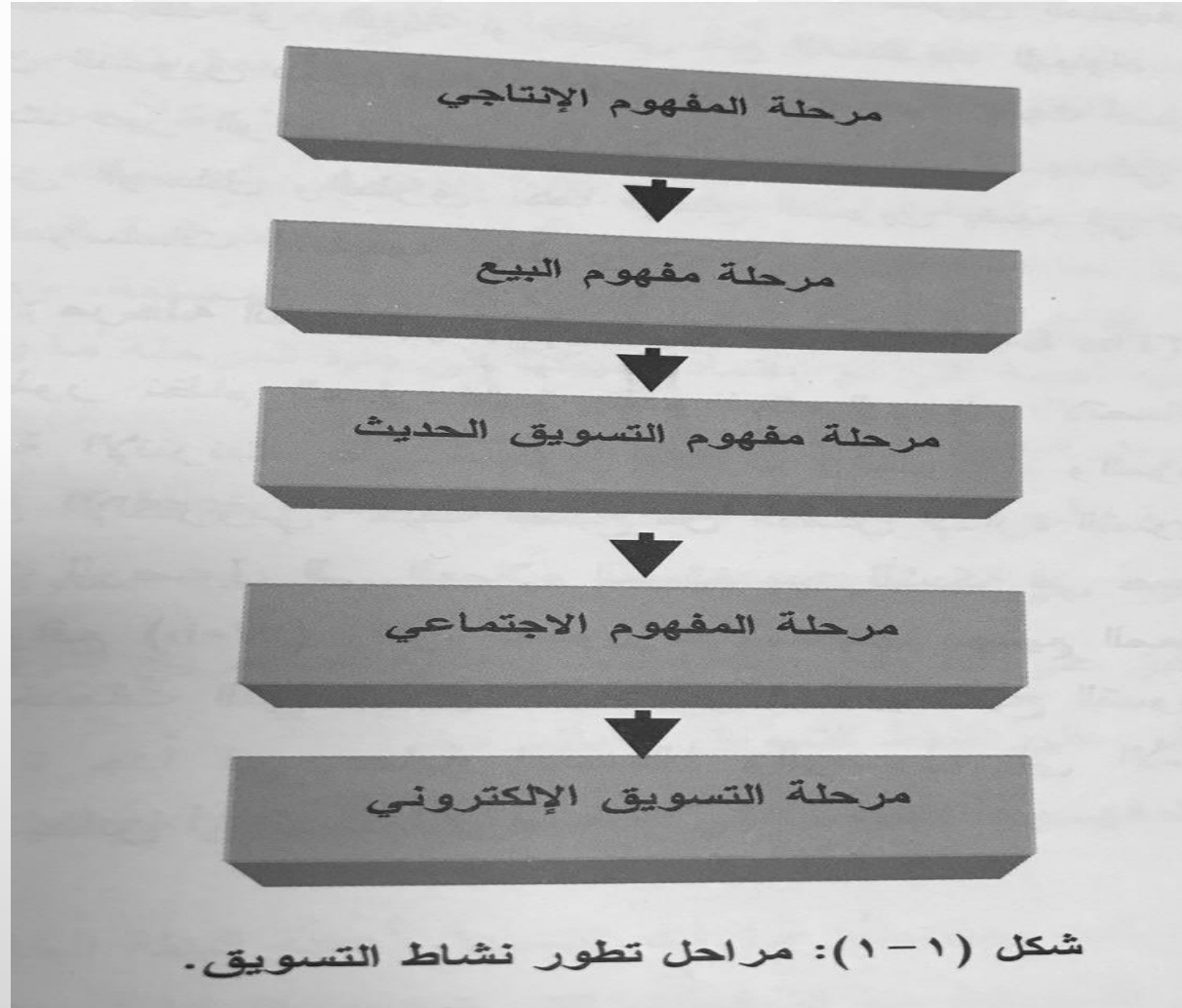
تعريف نشاط التسويق

- التسويق هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تسعى إلى توافر السلع و الخدمات بحيث تحقق الرغبات المستهلكين الزمانية و المكانية و الحيازية بأسعار مناسبة و جودة عالية و بأسلوب ترويجي مؤثر و فعال.
- التسويق لا يتوقف عند عملية البيع بل يتعدى ذلك إلى خلق أسواق

التطور التاريخي لنشاط التسويق

- مرحلة المفهوم الإنتاجي The Production Concept
- مرحلة المفهوم البيعي The Selling Concept
- مرحلة مفهوم التسويق الحديث The Marketing Concept
- مرحلة المفهوم الاجتماعي The Social Marketing Concept
- مرحلة التسويق الإلكتروني The E-marketing Concept

التطور التاريخي لنشاط التسويق



أولا مرحلة المفهوم الإنتاجي:

من أبرز خصائص هذه المرحلة:

1. التركيز على الإنتاج و الإنتاجية
2. التركيز على الأنشطة الصناعية و الجوانب الهندسية
3. إنتاج ما يمكن إنتاجه و بالتالي تحقيق أهداف المنظمة أولا على حساب المستهلك
4. الطلب أكبر من العرض
5. حاولت المنظمات إنتاج أكبر قدر من المنتجات لتخفيض تكاليف الإنتاج

ثانياً: مرحلة المفهوم البيعى:

من أبرز خصائص هذه المرحلة:

1. التركيز على القوى البيعية لتصريف المنتجات و تحقيق أقصى حجم ممكن من المبيعات
2. التركيز على ضرورة تصريف الفائض من الإنتاج
3. القيام بالحملات الترويجية
4. ظهور سوق مشتريين حيث الطلب أقل من العرض
5. بيع ما تم إنتاجه

ثالثاً: مرحلة المفهوم التسويقي الحديث:

- بدأ في هذه المرحلة تحول المؤسسات والشركات من مفهوم البيع إلى مفهوم التسويق, وتبنى بعض رجال الإدارة والتسويق العديد من الاستراتيجيات منها:
- الاستمرار في جهود البيع مع دعم نشاط التسويق وإتباع نظم توزيع أكثر اتساعاً وكفاءة وهذا يعني إن التسويق الحديث جعل كلا من المستهلك واحتياجاته قبل الإنتاج وليس بعده.

ثالثاً: مرحلة المفهوم التسويقي الحديث:

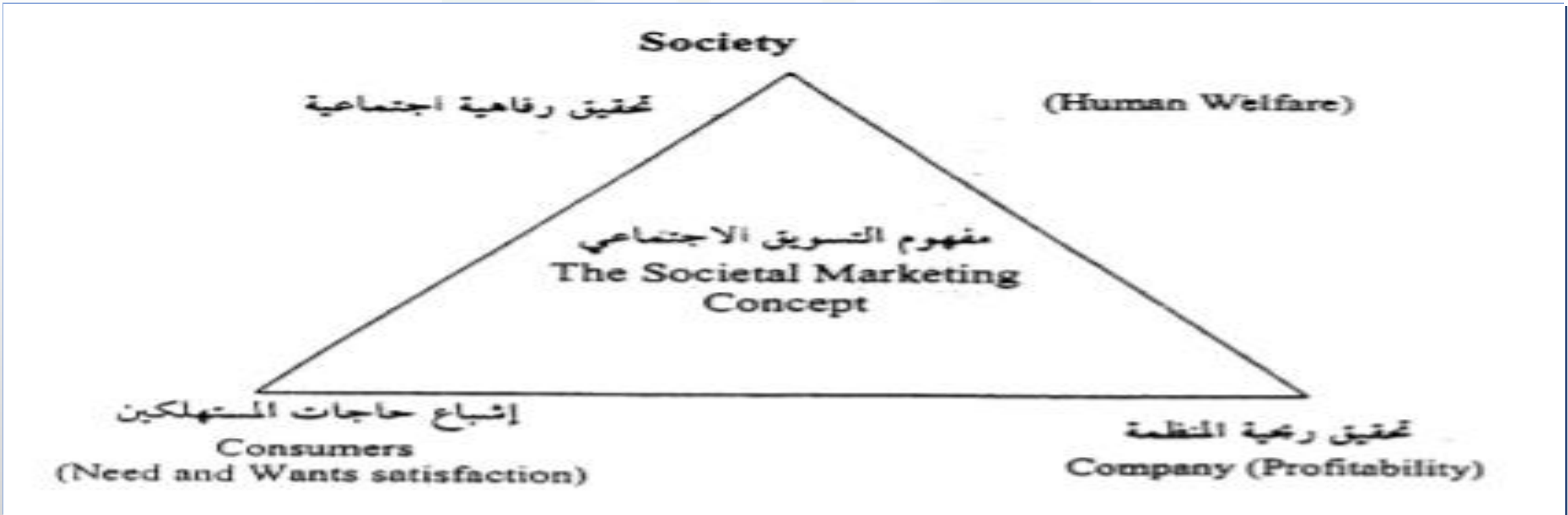
- أحدث فكرة في تاريخ علاقات التبادل
- هو توجه إداري
- تحديد حاجات و رغبات الأسواق المستهدفة
- تهيئة المنظمة لتحقيق الإشباع المطلوب بأعلى كفاءة و فاعلية

التائج Ends	الوسائل Mean	التركيز Focus	نقطة البداية Starting Point
----------------	-----------------	------------------	--------------------------------



رابعاً: مرحلة التسويق الاجتماعي:

► هو التوجه الإداري الذي يعتبر العمل الجوهري للمنظمة هو تحديد احتياجات و رغبات الأسواق المستهدفة و تهيئة المنظمة لتحقيق الأشباعات المرغوبة بكفاءة تفوق المنافسين وبطريقة تحافظ على أو تدعم التكامل بين المستهلك والمجتمع على أحسن وجه ممكن



• خامسا: مرحلة التسويق الإلكتروني

- مع تطور نظام المعلومات وتقدم استعمال نظم الاتصالات وإمكانية استخدام الانترنت على مستوى الأفراد والشركات تطور نشاط التسويق الإلكتروني حيث أصبح من الممكن لإدارة التسويق إن تستخدم شبكة الانترنت للوصول إلى العملاء المستخدمين للشبكة في جميع أنحاء العالم.

وظائف نشاط التسويق

• يبدأ نشاط التسويق من لحظة

• و يمتد إلى

جامعة تبوك

وظائف نشاط التسويق

• من أهم وظائف التسويق:

- تحديد الأهداف العامة للمنظمة
- تحديد نقاط القوة و الضعف. تحديد الفرص و التهديدات
- تصميم الدراسات الميدانية المرتبطة بالمستهلكين و المنافسين
- تحليل البيانات التي يتم جمعها بواسطة بحوث التسويق

جامعة تبوك

وظائف نشاط التسويق

• من أهم وظائف التسويق:

- تعديل المزيج التسويقي لبعض السلع التي تعاني من مشاكل
- تحديد الشروط المرتبطة بتحديد الإسم التجاري و العلامة التجارية
- تحديد مدى فعالية أو ربحية منافذ التوزيع
- تحديد أهداف الترويج و تكوين عناصر المزيج الترويجي المناسب لكل سلعة أو خدمة

جامعة تبوك

أهداف نشاط التسويق

• البحث عن أسواق مناسبة و عملاء مناسبين

• إشباع حاجات و رغبات المستهلكين

• المحافظة على العملاء

• مساعدة رجل البيع لتحقيق هدف البيع

• زيادة القدرة التنافسية

• المحافظة على نصيب الشركة من السوق

• الترويج للسلع و الخدمات

العلاقة بين نشاط التسويق و نشاط البيع

- التسويق و البيع وجهان لعملة واحدة
- هدف التسويق هو جعل البيع أكثر سلاسة
- لكن التسويق ليس هو البيع
- البيع هو جزء من التسويق
- لأن التسويق يبدأ قبل البيع

العلاقة بين نشاط التسويق و نشاط البيع

وظيفة التسويق	وظيفة البيع	النشاط
تركيز على احتياجات المستهلك من السلع والخدمات قبل عملية الانتاج .	التركيز على السلعة او الخدمة ويتم الانتاج قبل دراسة السوق	المنتج
يتم تقديم السعر مع عروض مصاحبه للأسعار .	يتم التركيز على اسعار المنتج متى ربحه .	التسعير
من خلال العديد من الانشطه ومكونات المزيج الترويجي .	من خلال الاتصال والبيع المباشر للعميل	الترويج
يتم في اطار امكانيات ادارة التسويق وانواع منافذ التوزيع .	يتم في حدد امكانيات رجال البيع	التوزيع
السوق	المصنع	نقطة البداية
حاجات ورغبات العملاء من السلع والخدمات	منتجات الشركة الحالية	التركيز
تحقيق رضا العميل من خلال إشباع حاجاته	بيع اكبر كمية من المنتجات	الهدف
طويل الاجل .	قصير الاجل	نوع التخطيط

مفهوم إدارة المبيعات

- مفهوم نشاط التسويق أعم واشمل من مفهوم إدارة المبيعات.
- يشمل التسويق نشاط البيع والذي تمارسه إدارة المبيعات من خلال نشاط الترويج والبيع الشخصي .
- إدارة المبيعات يشمل على أنشطة ووظائف إدارية مثل :

- التخطيط للمبيعات

- وتنظيم عملية البيع والرقابة على المبيعات

- وتقييم مستوى أداء عمليات البيع

- تهتم إدارة المبيعات بعملية إيجاد الموارد البشرية المتمثلة في رجال البيع ، كما تشارك مدير المبيعات في التخطيط للمبيعات ، و اما الجانب الاخر من نشاط إدارة المبيعات فيتمثل في وظيفة البيع .

إدارة المبيعات والمزيج التسويقي



وظائف إدارة المبيعات

- ▶ الوظيفة الخاصة بإدارة البيع (بالمفهوم الإداري)
- ▶ الوظيفية الخاصة بإدارة قوى البيع (بالمفهوم الوظيفي)



وظائف إدارة المبيعات

• أولاً: الوظيفة الخاصة ب إدارة البيع

1- تخطيط نشاط البيع بحيث تشارك الإدارة في وضع الخطط المرتبطة ب المشاركة في وضع اهداف البيع

والاستراتيجيات المرتبطة ب أسعار السلع

2- تنظيم نشاط البيع المتمثل بتنظيم جهود رجال البيع من خلال تطوير هيل التنظيمي المطلوب

3- تنفيذ نشاط البيع من خلال تطبيق خطة البيع

جامعة تبوك

وظائف إدارة المبيعات

• أولاً: الوظيفة الخاصة ب إدارة البيع

4- توجيه رجال البيع والاشراف على جهودهم توجيهها سليما واصلاحهم في حالة الانحراف او الوقوع او

الاقتراب في الخطأ

5- تنسيق نشاط البيع من خلال العمل ع عدم وقوع في الازدواجية اثناء أداء عملية البيع

6- الرقابة والتقييم ع نشاط البيع ويشمل العديد من الاعمال التي يتطلب القيام بها من قبل المسؤولين في

إدارة المبيعات

جامعة تبوك

وظائف إدارة المبيعات

• ثانيا : الوظيفة الخاصة ب إدارة قوى البيع

• 1- توظيف واختيار رجال البيع

• 2- تدريب رجال البيع

• 3- وضع الحوافز المادية والمعنوية

• 4- تقييم جهود رجال البيع