

جامعة ميد أوشن

كلية الإدارة

بكالوريوس إدارة المشاريع

تأثير التارجت على زيادة نسبة المبيعات لدى الشركات

الطالبة:

بشرى حسين عبدالقادر حسين

الرقم الجامعي: 2021205533

مشروع تخرج-1

كلية إدارة المشاريع - جامعة ميد أوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميد أوشن

المقدمة

تارجت أو هدف المبيعات هو حجر الأساس في العمل بأكمله!

بالنسبة لأي شركة، تعد زيادة المبيعات هدفًا حاسمًا يؤثر بشكل مباشر على ربحيتها، قد لا يكون مجرد تحديد أهداف المبيعات كافيًا لمساعدة فريق المبيعات لديك على تحقيقها.

يجب تنفيذ استراتيجية تسويقية قوية لضمان قدرة مديري المبيعات على تحقيق أهدافهم.

لزيادة المبيعات، يجب على قادة الأعمال معرفة جمهورهم والسوق المستهدف. يعد فهم احتياجات العملاء المحتملين وتفضيلاتهم وسلوكياتهم أمرًا ضروريًا لتطوير عملية مبيعات فعالة.

تعد المبيعات أهم عنصر لتقييم نجاح أي شركة، وبالتالي تعد وظيفة رجل المبيعات من أهم الوظائف التي تسعى فيها الشركات إلى توظيف أشخاص من ذوي الكفاءة العالية والخبرة لأدائها (المهمة) بنجاح.

ويعتد رجل المبيعات واجهة الشركة الرئيسية التي تتعامل مع العملاء بشكل مباشر. ومعظم الشركات - بغض النظر عن نشاطها- تحتاج إلى هذه الوظيفة، حتى شركات التقنية المالية والتكنولوجيا والسيارات الفارهة.

ونشر موقع "إنتربرينور (Entrepreneur)" تقريرًا كتبه نابليون هيل تحدث فيه عن أهم مواصفات رجل المبيعات الناجح، واستهل الكاتب تقريره بنصيحة رائد الأعمال المعروف جوردن بلفورت والشهير بلقب ذئب وول ستريت، ونصيحته ذائعة الصيت "عندما يطلب منك أن تباع منتجًا ما، لا تتسرع بذكر مميزاته، بل أبحث عن حاجة العميل المبدئية له أولاً."

ويقصد جوردن بلفورت من نصيحته إجراء بعض الدراسات الأساسية قبل الانطلاق في عمليات البيع، لأن إتمام عملية البيع بنجاح تتطلب العديد من المهارات ويتداخل فيها العديد من العوامل النفسية والسلوكية.

من أهم المهارات التي يجب توافرها في رجل المبيعات هو القدرة على التواصل الفعال مع العملاء (شترستوك)

من المهارات التي تميز رجل المبيعات الناجح أن تكون لديه القدرة على استنتاج الأسئلة التي تخص المنتج (غيتي)

من الأفضل أن تسعى لحل المشكلات بنفسك لكي تتجح في عملك (شترستوك)

ما هو التارجت؟

التارجت (Target) في مجال المبيعات يشير إلى الهدف الذي تحاول تحقيقه من خلال جهودك في المبيعات، يتم تحديد الهدف بناءً على النتائج المرجوة والمبالغ التي ترغب في تحقيقها في فترة زمنية محددة.

ويتعلق تارجت المبيعات بعدة عوامل، مثل:

المبيعات الإجمالية: وهو المبلغ الإجمالي للمبيعات الذي تهدف إلى تحقيقه خلال فترة زمنية محددة.

الحصة في السوق: يمكن أن يكون التارجت متعلقًا بزيادة حصة سوقك، وهي النسبة التي تحتلها من السوق المستهدفة.

العملاء الجدد: يمكن أن يكون هدفك جذب عملاء جدد خلال فترة زمنية معينة بناءً على استراتيجية التسويق والقدرة على تلبية احتياجاتهم.

الإيرادات: يمكن أن يكون التارجت متعلقًا بزيادة الإيرادات التي ترغب في تحقيقها خلال فترة زمنية محددة.

ما هي أهمية التارجت بالنسبة لفريق المبيعات؟

تحديد الهدف يساعدك على توجيه جهود فريقك وتحفيزه في المبيعات، كما يساعدك في قياس أداء الفريق بأكمله وتقييم نجاحه .

يجب أن تكون التارجت قابل للقياس
ومحددة بشكل واضح حتى تتمكن من
تحليل ومراقبة تقدمك نحو تحقيقها.

تحديد التارجت لفريق المبيعات له أهمية
كبيرة وعدة فوائد، وفيما يلي بعض
النقاط التي تشرح أهمية التارجت بالنسبة
لفريق المبيعات:

يساعد تحديد التارجت في توجيه جهود
أعضاء الفريق وتوحيدها نحو تحقيق
الهدف، حتى يتمكن الفريق من التركيز
والعمل بشكل منظم لتحقيق هذا الهدف،
وتجنب التشتت عن الأهداف المرجوة.

تحفيز ورفع الروح المعنوية للفريق بعد
تحقيق الهدف الأساسيين كما أن بعدها
يتولد الإلهام والتحفيز الذاتي لتحقيق
النجاح وتجاوز التحديات.

يساعد التارجت على قياس أداء الفريق
وتقييم نجاحه ومراقبة التقدم الذي
يحققونه، وبالتالي تحديد نقاط القوة
والضعف في أدائهم.

توجيه جهودك ومواردك بشكل أفضل
حتى تستطيع تحديد الأولويات ووضع
استراتيجيات المبيعات وتنظم عملك.

يعمل التارجت كمحفز للفريق، فعندما
يكون لدى فريقك هدف واضح يسعى
لتحقيقه، فإنهم يصبحون أكثر تركيزاً
والتزاماً بتحقيقه، ومن ثم يمكن أن يولد
التحدي والتنافس الإيجابي داخل الفريق.

يمكنك قياس أداء فريقك وتقييم نجاحك، حيث يمكنك مقارنة النتائج التي تحققت مع التارجت المحدد لتحديد ما إذا كنت تتجه في الاتجاه الصحيح أم لا فقد تحتاج إلى إعادة تقييم استراتيجياتك واتخاذ إجراءات تصحيحية.

وبالطبع عندما تحدد هدفًا واقعيًا، يمكن أن يساعدك على تحقيق النمو والتطور في مجال المبيعات. كما يمكن أن يدفعك التحدي والطموح لتجاوز حدودك وتحقيق نتائج أفضل.

اعرف كيف تضع هدف قابل للتحقيق

لتضع هدف واضح وصريح، استخدم نموذج SMART الذي يشير كل حرف به إلى طريقة ثابتة، لتكون قادرًا على وضع هدف محدد ويمكن تحقيقه بالنهاية.

• محدد Specific

حدد هدفك بوضوح ودقة، واطرح هذه الأسئلة لتعرف كيف تحدده:

ماذا تريد أن تحقق؟

من هم المستفيدون من هذا الهدف؟

ما هي الموارد اللازمة لتحقيقه؟

على سبيل المثال: هدفك المحدد هو تحقيق مبيعات بنسبة معينة.

• قابل للقياس Measurable

حدد طريقة لقياس تقدمك نحو تحقيق هدفك واعرف المؤشرات التي

ستستخدمها للقياس حتى تعرف إذا قد حققت هدفك أو اقتربت منه.

على سبيل المثال: لا تقل أريد تحقيق مبيعات أون لاین وأوف لاین وليس لديك نظام إحصاء قوي.

● قابل للتحقيق Achievable

تأكد من أن هدفك واقعي وقابل للتحقيق، ولا تضع هدف أكبر من الإمكانيات المتاحة لديك، لذلك خذ بعين الاعتبار مهاراتك، قدراتك ومواردك.

على سبيل المثال: قل أريد تحقيق مبيعات أكثر بنسبة 20% وليس بنسبة 200%

● ذو صلة Relevant

تأكد من أن هدفك يتوافق مع قيمك وأهدافك طويلة المدى ومرتبطة بجميع الإمكانيات المتاحة لديك، اعرف هل هذا الهدف مهم بالنسبة لك؟ وهل هذا الهدف مُجدٍ ويحقق فائدة ملموسة؟

● محدد زمنياً Time-Based

حدد تاريخاً محدداً لتحقيق هدفك ومن ثم قسم هدفك إلى مراحل أصغر مع تواريخ محددة لإنجاز كل مرحلة.

على سبيل المثال: قل أريد تحقيق مبيعات بنسبة 20% خلال 3 أشهر.

كيفية تحديد تارجت المبيعات

تحديد تارجت فريق المبيعات هو الخطوة الحاسمة والهدف الرئيسي سواء للفريق أو للشركة بشكل عام، فبدون هدف واضح يصعب تحقيق النتائج المرجوة .

لذا، يعد تحديد تارجت المبيعات أمرًا ضروريًا لتوجيه الجهود وتحقيق النجاح. وفيما يلي خطوات تساعدك على تحديد تارجت المبيعات بشكل فعال:

تحليل السوق :

يمكنك اعتبار هذه الخطوة قبل البداية بوضع الهدف بالضبط، حيث يبدأ تحديد تارجت المبيعات بفهم عميق لسوق المنظمة والصناعة التي تعمل فيها.

يتم تحليل السوق عن طريق: دراسة المنافسين، تحليل صفات العملاء المحتملين، جمع البيانات والمعلومات حول سلوكهم واحتياجاتهم وتفضيلاتهم، تحليل اتجاهات السوق، تقدير الطلب والعرض، تقييم الأوضاع الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والتكنولوجية التي قد تؤثر على عمليات البيع.

تحديد الجمهور المستهدف :

بعد الخطوة السابقة قم بتحديد الجمهور المستهدف الذي ترغب في استهداف من مختلف العوامل: أفراد أم شركات، الفئة العمرية، اهتماماتهم أو احتياجاتهم المشتركة.

وذلك حتى يمكنك توجيه جهودك وتخصيص مواردك بشكل أكثر فعالية.

تحديد الأهداف الكمية :

ترمز الأهداف الكمية إلى الأهداف التي تحتاج شركتك لتحقيقها، مثل: زيادة المبيعات بنسبة 10% خلال الربع القادم أو زيادة حصة السوق من خلال اجتذاب عملاء جدد بنسبة 20% .

تحديد الأهداف الزمنية :

بعد تحديد الأهداف الكمية، بالطبع يجب عليك تحديد الفترة الزمنية التي ستقوم بتحقيق الأهداف فيها. سواء كانت فترة زمنية قصيرة مثل شهر أو ربع سنة، أو فترة زمنية طويلة مثل سنة أو خمس سنوات، من الهام أن تتأكد من أن الفترة الزمنية واقعية وملائمة للهدف المحدد.

تحديد الهدف المالي:

بالطبع يجب وضع الميزانية أو الهدف المالي بشكل عام التي تساعد الشركة لتحقيق هدفها خلال فترة زمنية معينة. يتضمن ذلك تحديد الإيرادات المستهدفة، النسبة المئوية للنمو، والمبيعات المتوقعة لكل منتج أو خدمة.

تقدير الطلب:

يتعين عليك في الشركة بصفتك قائد أو مدير لفريق المبيعات أو الشخص المسؤول تقدير الطلب المتوقع على المنتجات أو الخدمات خلال الفترة الزمنية المستهدفة .

يمكنك تقدير الطلب المستقبلي من خلال الاعتماد على البيانات التاريخية، الأبحاث السوقية، وتوقعات العملاء.

تقييم القدرات والموارد:

يجب على الشركة تقييم قدراتها ومواردها المتاحة لتحقيق أهداف المبيعات المحددة. يتضمن ذلك تقييم القدرات الإنتاجية، والتوزيع، والتسويق، والمبيعات، والتكنولوجيا المتاحة.

وضع الخطة التنفيذية:

بعد مرورك بالخطوات السابقة، تتكون أمامك خطوات عريضة للخطة التي يجب عليك وضعها، والتي تحدد الخطوات والإجراءات التي يجب اتخاذها لتحقيق أهداف المبيعات المحددة.

تحليل ومراقبة الأداء :

بمجرد تحقيق الأهداف، قم بتحليل أداء الفريق وتحديد نقاط القوة والضعف في أدائهم، معرفة المجالات التي تحتاج إلى تحسين وتحديد الموظفين الذين يظهرون أداءً استثنائياً، وأخيراً معرفة العوامل التي تؤثر على أداء الفريق للتعامل معها سواء بالسلب أو الإيجاب

تحديد أهداف الذكية

-إدخال مفهوم الأهداف الذكية (SMART محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، محددة زمنياً). حيث يمكن التركيز على تارجت محدد في مناطق محددة وأن يكون واقعي وقابل للقياس كزيادة نسبة المبيعات بنسبة 10% على سبيل المثال وقابل للتحقيق ومحدد بنطاق زمني معين كتارجت شهري او ربع سنوي او نصف سنوي و هكذا.

اخذ بالاعتبار في أهداف العمل

-حيث تتضمن مواءمة أهداف المبيعات مع أهداف العمل، وربط أهداف المبيعات مباشرة بالأولويات الاستراتيجية، وإشراك رؤساء الأقسام من مختلف الإدارات في عملية تحديد الأهداف. تحديد تأثير تحقيق أهداف المبيعات على نمو الإيرادات وتوسيع الحصة السوقية للتأكيد على الأهمية الاستراتيجية.

تقسيم وتجزئة تارجت المبيعات

-يوفر تقسيم тарجت المبيعات بناء على التركيبية السكانية للعملاء، أو المناطق الجغرافية أو معايير أخرى مثل الاستهداف والرسائل المخصصة وتخصيص الموارد الأمثل وفهم العملاء. يزيد هذا النهج من فعالية المبيعات من خلال السماح بالتخصص والخبرة في خدمة قطاعات محددة. كما أنه يتيح القدرة على التكيف مع تغيرات السوق ويكشف عن فرص نمو جديدة داخل الأسواق غير المستغلة أو مجموعات العملاء. يؤدي التقسيم الفعال إلى استراتيجيات مبيعات أكثر كفاءة، وزيادة رضا العملاء، وتوسيع الأعمال الاستراتيجية.

إشراك مندوبي المبيعات في تحديد الهدف

-يجلب إشراك مندوبي المبيعات في تحديد التارجت البيعي مزايا مثل تحديد الأهداف الواقعية، والالتزام بها، والتحفيز، والمواءمة الاستراتيجية، وتحسين الروح المعنوية، والمشاركة. تعزز هذه المشاركة روح الانتماء حيث يشعر مندوبو المبيعات بالمسؤولية عن الأهداف التي ساعدوا في إنشائها والتحسين المستمر داخل فريق المبيعات. بشكل عام، يزرع هذا النهج ثقافة المسؤولية والتحفيز وتميز الأداء بين محترفي المبيعات.

مراقبة وتعديل أهداف المبيعات

-تعد مراقبة أداء المبيعات بانتظام مقابل التارجت السنوي أمرا ضروريا لتقييم الفاعلية والتقدم، وتحديد المشكلات مبكرا إن وجدت، وتقييم الأداء، وتحسين تخصيص الموارد، وإبلاغ القرارات الاستراتيجية. المراجعة الدورية وتعديل أهداف المبيعات بناء على ديناميكيات السوق والأداء تمكن المؤسسات من البقاء مستجيبة لظروف السوق المتغيرة وتفضيلات العملاء.

-تضمن هذه العملية أن تظل أهداف المبيعات قابلة للتحقق، مما يعزز الدافع والتركيز داخل فرق المبيعات. يؤدي ضبط الأهداف بناء على ملاحظات الأداء إلى التحسين المستمر من خلال تشجيع الابتكار والقدرة على التكيف. كما أنه يعزز الدافع والمشاركة من خلال إظهار الاستجابة التنظيمية والالتزام بنجاح المبيعات. يدعم هذا النهج لإدارة أهداف المبيعات القدرة التنافسية المستدامة والنمو في بيئات السوق الديناميكية.

توفير التدريب والدعم

-يعد التدريب والدعم المستمر أمرا بالغ الأهمية لتمكين مندوبي المبيعات من تحقيق الأهداف بشكل فعال من خلال تطوير المهارات الأساسية والتكيف مع تغيرات السوق. إن تزويد فرق المبيعات بالمهارات والموارد اللازمة يعزز الأداء ويعزز الميزة التنافسية ويحسن رضا العملاء حيث يساهم الاستثمار في التدريب والدعم في التحسين المستمر.

مكافأة الفريق على انجازاتهم

-الاحتفال بالإنجازات وتشجيع التحسين المستمر عن طريق مكافأة مندوبي المبيعات على تحقيق التارجت أو تجاوزه أمرا ضروريا لتعزيز الحافز والمشاركة والاحتفاظ بهم داخل فريق المبيعات. حيث يؤدي الحافز والمكافئة الى موازنة الجهود الفردية مع التارجت المطلوب، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتعزيز ثقافة الأداء العالي.

أسباب عدم تحقيق التارجت

هناك الكثير من الأعمال التي يمكنك أن تجدها في السوق إلا أن مندوب المبيعات تعد واحدة من أهم الوظائف في السوق، والتي تعمل على توصيل المنتج على أكبر كم ممكن من العملاء، وبالطبع كانت تلك الوظيفة في الماضي تقليدية بعض الشيء.

لكن مع التطور التكنولوجي الذي نشهده في وقتنا الحالي يمكنك القيام بتلك المهمة من خلال الإنترنت بكل سهولة، حيث أنه يمكنك أن تحقق التارجت الخاص بك بكل سهولة فقط من خلال المنزل وبالطبع إذا كنت من الأشخاص الذين يستخدمون الطريقة التقليدية في المبيعات.

بأن تنزل إلى الشارع وتعمل مقابلات مع العملاء بنفسك فإنك ستواجه مشكلة عدم تحقيق التارجت، ومن ثم يبدأ الكثير من الشخص الباحث عن أسباب عدم تحقيق التارجت، حيث أنها تكون بسبب الكثير من الأسباب التي لا يمكن أن تتغافل عن أي منها.

ما هي أهم أسباب عدم تحقيق التارجت؟

هناك الكثير من الأشخاص الذين يبحثون عن أسباب عدم تحقيق التارجت حيث أن هناك الكثير من الأسباب التي يمكن أن تؤثر على عدم تحقيق التارجت الخاص بك ومن أهم تلك الأسباب ما يلي:

الفشل في إضافة قيمة

هناك الكثير من الأسباب التي يمكنك أنها تتسبب في عدم تحقيق التارجت إلا أن أهم تلك الأسباب على الإطلاق هي أن تكون غير قادر على إضافة قيمة المنتج الذي تقدمه، لذا يجب عليك كصاحب مشروع أن تهتم بشكل كبير بالموظفين لديك بأن تعمل على تدريبهم على جميع الأسئلة التي من الممكن أن تطرح عليهم.

حيث يتمكنون من الرد على كافة الأسئلة التي يطرحها العملاء ومن ثم يكونون قادرين على إضافة قيمة للمنتج يراها العملاء بكل سهولة، وبالطبع لا يمكنهم ذلك إلا إذا كانوا على قدر من الدراية والمعرفة بمميزات المنتج.

عدم تغيير الأساليب

إذا كنت تريد أن تعرف أسباب عدم تحقيق التارجت، فإن هناك الكثير من الأسباب التي يمكنك من خلالها عدم تحقيق التارجت إلا أن أهم تلك الأسباب على الإطلاق هي ألا تكون قادر على تغيير الاستراتيجية، حيث أننا الآن وفي عصر التكنولوجيا.

حيث أن هناك الكثير من الأشخاص في وقتنا الحالي الذين يقومون باستخدام الأساليب القديمة التي لا يمكنها من خلالها تحقيق التارجت، حيث أن هناك الكثير من مندوبي المبيعات الذين يسعون في المقام الأول إلى بيع المنتجات التي داخل التارجت فقط دون التفكير في أنه يمكنه أن يحقق الكثير من الأرباح الإضافية.

فقط من خلال أ يستخدمون التكنولوجيا في التسويق للمنتج، ومن ثم يمكنهم تحقيق أكبر كم ممكن من المبيعات فقط عن طريق استخدام الأساليب الحديثة في البيع.

عدم الاستماع الكافي

يعد هذا واحد من أهم أسباب عدم تحقيق التارجت حيث لا يمكنك أن تحقق التارجت المرجو إلا إذا تمكنت من الاستماع للعملاء ومن ثم يمكنك أن تتوصل إلى المشكلة وتجد لها حل على الفور، حيث أن هناك الكثير من مندوبي المبيعات الذين يقومون بالحديث فقط دون إعطاء فرصة للعميل في الحديث.

عدم فهم القيمة

بالطبع إذا كنت تريد أن تبيع المنتج يحجب عليك أن تعرف كيف يمكنك معرفة قيمة المنتج الذي تقدمه، حيث أن هناك الكثير من مندوبي المبيعات يعملون على الحديث فقط دون إعطاء الفرصة للعميل في الحديث، لذا يجب عليك أن تكون على قدر كبير من الدراية بالمنتج حتى تتمكن من التسويق لها بشكل جيد.

الخلل

هناك الكثير من أسباب عدم تحقيق التارجت إلا أن أهم تلك الأسباب على الإطلاق هي الخلل، كما أن مندوب المبيعات الذي يتكلم كثيراً يزجج الكثير من الأشخاص فإن المندوب الذي لا يتكلم أو لديه رهبة في الاتصال بالأشخاص والحديث معهم لن يتمكن من تحقيق التارجت.

حيث أنه إذا كنت تريد إقناع العملاء بالمنتج الذي تقدمه يجب عليك أن تمتلك الشجاعة الكافية التي تمكنك من الاقتراب منهم والاتصال بشكل مباشر، ومن ثم تتمكن من توضيح مميزات المنتج لجذب أكبر كم ممكن من العملاء.

التركيز على السلبيات

هناك الكثير من العملاء الذين يعملون على تقديم الكثير من السلبيات عن المنتج الذي يقدمونه، كما أنه من الممكن أن تتأثر إن بتلك السلبيات مما يجعلك غير قادر على تحقيق التارجت، وبالطبع يجب عليك أن يكون لديك استراتيجية قوية يمكنك من خلالها الرد على تلك التعليقات.

حيث أنه يجب عليك كمندوب مبيعات ناجح أن تعمل على تجنب كافة السلبيات والتركيز على الإيجابيات التي لا يمكن أن تحل المشكلة بدونها، كما أنه إذا كان العملاء المستهدفين غير محتملين يجب عليك أن تستخدم استراتيجية تمكنك من جعلهم محتملين.

عدم تحديد الأهداف

من أهم الأسباب التي يمكنك من خلالها تحقيق التارجت هي الهدف، أنه يجب عليك أن تضع لنفسك أهداف بشكل دوري، وبالطبع يجب عليك أن تهتم كثيراً به وتعمل على تحقيق تلك الأهداف حيث أنها في غاية الأهمية، حيث أنه من الممكن أن تضع لنفسك خطة على سبيل المثال أن تجذب كمية معينة من العملاء.

وبالطبع يجب عليك أن تعمل بنشاط وحيوية حتى تتمكن من تحقيق تلك الأهداف، كما يمكنك أن تحقق الكثير من الأهداف من خلال التخطيط الجيد للعملية التي تقوم بها، وبالطبع يجب عليك أن تعمل على الترويج بشكل جيد للمنتج الذي تقدمه حتى تتمكن من تحقيق الهدف بكل سهولة.

عدم التطور

هناك الكثير من أسباب عدم تحقيق التارجت إلا أن أهم الأسباب التي يمكنك أن تجدها على الإطلاق هي عدم مواكبة التطور الذي نعيشه، حيث أن هناك الكثير من الأشخاص الذين لا يمكنهم مواكبة التطور لذا يلجأون إلى التعامل بالأساليب القديمة التي يمكنهم منة خلالها تحقيق التارجت.

وبالطبع مع التقدم الذي نشاهده فإن هناك الكثير من الأشخاص الذين يمكنهم تحقيق التارجت بكل سهولة من خلال الهاتف بكل بساطة، حيث يمكنك أن تقوم بعمل متجر إلكتروني على سبيل المثال يمكنك من خلاله بيع كثافة المنتجات التي تريد بيعها دون النزول إلى الشارع والاتصال مع العملاء بشكل مباشر كما كان الأمر في الماضي.

هناك الكثير من الأشخاص الذين يعملون مندوبي مبيعات في وقتنا الحالي حيث أنها من أفضل الوظائف التي يمكنك أن تجدها في وقتنا الحالي والتي تتميز بالكثير من المميزات إلا أن قد تتعرض لمشكلة عدم تحقيق التارجت، حيث أن هناك الكثير من أسباب عدم تحقيق التارجت والتي يمكنك حلها بكل بساطة.

ما التعريفات المختلفة للأرباح : تحسب نسبة الارباح بعد خصم جميع الالتزامات من المبلغ الإجمالي للإيرادات. تعرف الأرباح بالمكاسب التي يحققها أي مشروع يقدم خدماته للشعب وتحسب هذه النسبة بعد سداد جميع الديون.

تعرف الأرباح بالقيمة المحصلة من استثمار المشاريع التي تقدم منتجاته للمستهلكين.

تقيس نسبة الأرباح مدى كفاءة وقوة الشركة في سوق العمل وهل تحقق نجاحات أم لا وتحسب هذه النسبة بعد سداد جميع الالتزامات المطلوبة من صاحب المشروع من رواتب وديون وضرائب. كلما زادت نسبة الأرباح زاد تطور الشركة وقوتها بين الشركات ونجاحها في تحقيق الهدف المطلوب.

ما طريقة حساب نسبة الأرباح من المبيعات : تقدر نسبة الأرباح للنسبة المئوية بعد سداد جميع الالتزامات المطلوبة من الشركة أو صاحب المشروع فتعتبر هذه النسبة مقياس لنجاح قوة الشركة.

تحسب نسبة الأرباح عن طريق قسمة الربح الصافي والمبيعات الصافية $100 \times \%$. ما هي وسائل تحسين نسبة الربح من المبيعات : يمكن تحسين نسبة الأرباح من المبيعات من خلال تنفيذ بعض الإجراءات.

قلة التكاليف: من المتوقع زيادة نسبة الأرباح من خلال انخفاض نسبة المصاريف والأشياء الغير ضرورية في المشروع مما يؤدي لارتفاع الأرباح. التفكير بحلول بعد التقليل من المصاريف والتخلص من العناصر الغير ضرورية مع المحافظة على الحصول على صفقات مربحة.

زيادة المبيعات : يمكن زيادة نسبة الأرباح من خلال بيع منتجات كثيرة من المشروع والتخلص من المخزون بالكامل عن طريق قلة الأسعار أو ارتفاع بسيط في أسعار المنتجات. السعي وراء الاحتفاظ بجميع العملاء وعمل خطة تسويق جذابة لبيع جميع المنتجات وكسب عملاء جدد.

الاستعانة برجال التسويق المشهورين بالمجال لجذب أكبر عدد من العملاء والمساهمة في زيادة المبيعات.

ظهور الربح : تقديم أكبر خطة جذابة من الشركة لتقديم خدماتها ومنتجاتها بالسوق وتحقيق أرباح عالية.

العمل على الاهتمام بمطالب العملاء وتحقيق أغراضهم ومطالبهم وتقديم جميع الأنواع المطلوبة لجميع العملاء.

وضع خطة تسويق ناجحة وتسويق المنتجات بشكل مباشر وغير مباشر وتسويق المنتجات بشكل جذاب. العمل على تقديم خدمة منفردة بالشركة ليست موجودة بباقي الشركات تساعد في زيادة الأرباح.

سعي الشركة في تقديم السلع بأفضل جودة مع سعر مناسب لها.

طريقة حساب الربح الإجمالي : يستخدم الربح الإجمالي في معرفة الشركة لنسبة الأرباح ويدل على مدى تطور الشركة حيث تحسب نسبة الأرباح الإجمالية عن طريق المعادلة التالية.

الربح الإجمالي = حساب المبيعات الإجمالية - التكلفة الإجمالية للبضاعة المباعة.

نسبة الربح الإجمالي : تحسب نسبة الأرباح الإجمالية عن طريق حساب المبيعات بالكامل وتكلفة البضاعة التي تم بيعها.

نسبة الربح التقديرية = الربح الصافي ÷ المبيعات الصافية x ١٠٠٪ الأرباح الإجمالية = (المبيعات الإجمالية - حساب البضاعة التي تم بيعها) ÷ المبيعات الإجمالية تحدد نسبة الأرباح الإجمالية معرفة الكمية التي تم بيعها وتكاليف المصاريف الإدارية والمكسب الصافي.

نسبة صافي الربح : يمكن معرفة صافي الأرباح من الضريبة من نسبة صافي الأرباح حيث يمكن معرفة هذه النسبة من خلال هذه المعادلة: (إجمالي المبيعات - المصاريف بالكامل) ÷ إجمالي المبيعات.

7 مهارات لكي تصبح رجل مبيعات ناجحاً..

من المهارات التي تميز رجل المبيعات الناجح أن تكون لديه القدرة على استنتاج الأسئلة التي تخص المنتج

من الصفات التي يجب أن يمتلكها رجل المبيعات الناجح من أهمها ما يلي:

العزيمة

العزيمة والإرادة القوية عنصران داخليان يحددان مدى قدرتك على النجاح بشكل عام، وفي مجال المبيعات لا بد من التخلص من كافة المعتقدات السلبية قبل أن تبدأ عملية التواصل الناجح مع العميل.

ويجب أن يكون النجاح هدفاً شخصياً لديك وليس مجرد عمل روتيني تقوم به، فروح العزيمة والإصرار وحب المنتج تتسرب منك نحو العميل، فإذا لم يكن لديك الحماس والإصرار الكافي في الأغلب لن تستطيع إقناع العميل بمنتجك.

القدرة على التواصل الفعال

من أهم المهارات التي يجب توافرها في رجل المبيعات هو القدرة على التواصل الفعال مع العملاء، فقد يأتي إليك العميل المناسب، لكن إذا كنت لا تملك القدرة على استكشاف مدى الحاجة والرغبة لدى العميل من خلال مهارة الحديث المقنع فلن تستطيع إتمام البيع بنجاح.

ويجب أن تتوافر لديك القدرة على التحدث بلباقة وامتلاك المهارات الاتصالية الكافية لكي تتمكن من إقناع العميل بالمنتج والعمل على جذبه واستخدام كافة الاستمالات النفسية لاتخاذ قرار الشراء، ولكي تقوم بذلك يجب أن تكون لديك الإجابة المناسبة عن كل استفساراته ومعالجة شكوكه مهما كان مصدرها.

وفي تقرير آخر نشرته مجلة "فوربس (Forbes)" الأميركية المعروفة كتبه مجموعة من الخبراء المتخصصين في المبيعات حددوا فيه المزيد من صفات رجل المبيعات الناجح، ومن أهمها ما يلي:

القدرة على حل المشاكل

من الطبيعي أن يكون هناك العديد من الأسباب التي قد تحول بينك وبين إتمام عملية التواصل مع العميل بنجاح، ستكون هناك اعتراضات روتينية ومشاكل إدارية، ومن الأفضل ألا تنتظر حل هذه المشكلات من قبل الإدارة، بل اقترح الحلول المناسبة وابدأ في تنفيذها.

المرونة في التعامل

كونك رجل مبيعات، سيجعلك تتعامل مع عملاء مختلفين في الطبائع والسلوكيات وفي الاستجابات النفسية، لذلك يجب أن تتصف بالمرونة الكافية في التعامل مع الشخصيات المختلفة.

احتياج العميل وتحفيزه للشراء يختلف من شخص إلى آخر، وكذلك صعوبة الإرضاء والأسئلة غير المنطقية، وتغيير القرارات، كلها مشاكل من المؤكد أنك ستواجهها أثناء عملك، لذلك يجب أن تتحلى بالمرونة الكافية لاستيعاب هذا القدر الكبير من الاختلاف بين العملاء.

استنتاج الأسئلة المهمة

من المهارات التي تميز رجل المبيعات الناجح عن غيره أن تكون لديه القدرة على استنتاج الأسئلة التي تخص المنتج، ويعمل على إعداد الإجابات المقنعة والمباشرة عنها، مما يكسبه الثقة أثناء عملية التواصل.

حسن الخلق ودمائة الطباع

يرى خبراء المبيعات أن الأخلاق العالية جزء من نجاح رجل الأعمال في عمله، ومن الأخلاق التي يجب توافرها في رجل المبيعات ما يلي:

- الإخلاص للعمل.
- الصدق.
- الأمانة.
- السرية.
- الوفاء بالعهد.
- التواضع.

● الإلتقان والتفاني.

الانتباه إلى التفاصيل

الإنصات الفعال والانتباه إلى التفاصيل، من أهم صفات رجل المبيعات الناجح، فليس من الضروري أن تتحدث أنت طوال الوقت لكي تقنع العميل بما تقدمه، بل الأهم الإنصات والانتباه إلى التفاصيل.

اترك العميل يتحدث لكي يخبرك بنفسه بما يبحث عنه وتتعرف على الطريقة الأفضل لإقناعه. وكل ذلك وأكثر يمكن الوصول إليه من خلال الانتباه إلى التفاصيل التي يذكرها العميل.

استمع إلى المشاكل التي تواجه العميل ومن خلالها يمكنك أن تجد المدخل المناسب لتشرح له المميزات الحقيقية التي يمتلكها المنتج والميزة التنافسية التي تقدمها له.

ختاماً

-باختصار، تحديد أهداف المبيعات بشكل فعال يلعب دوراً حاسماً في تحقيق نجاح الشركة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال زيادة الإيرادات وزيادة الحصة السوقية. تقوم هذه العملية على تحليل البيانات التاريخية ودراسة السوق بشكل تحليلي لتحديد أهداف ذكية وواقعية. كما يشمل تحديد الأهداف توازناً بين أهداف المبيعات وأهداف العمل الاستراتيجية، ويتطلب مشاركة المندوبين في هذه العملية لتعزيز الملكية والتحفيز داخل الفريق. بالإضافة إلى ذلك، تقديم التدريب والدعم المستمر واستخدام برامج المكافآت والتقدير يعزز من أداء المبيعات ويعزز الثقافة الداخلية للأداء المتميز، مما يساهم في بناء مؤسسة ناجحة ومتنافسة في سوق ديناميكي سريع التطور.

المراجع:

Link in,2024)

(مدونة كويت مارت,1445)

(فكرة,2024)

(أكاديمية إعمل بزنس,1444)

مواقع إلكترونية.