

جامعة ميداو شن
كلية الادارة



مهارات البائع المبتدئ في التسويق

ط. نهر جيلاني عبد القادر

بإشراف د. عبد الرحيم نادر

الفصل الأول : الاطار العام للدراسة

1.1. المقدمة

في عالم مليء بالتنافسية المتزايدة والتغيرات المتسارعة، لم يعد دخول السوق مقتصرًا على امتلاك منتج أو خدمة فحسب، بل أصبح يتطلب مهارات متعددة تمكن الفرد من التفاعل بفعالية مع بيئة الأعمال. ويُعد البائع المبتدئ أحد أهم العناصر الحيوية في المنظومة التسويقية، إذ يمثل الواجهة الأولى التي يتعامل معها العميل، ويعكس صورة المؤسسة وقيمتها.

إن البائع في بداياته لا يواجه السوق بخبرته، بل بأدواته اللغوية، ومهاراته الاتصالية، وقدرته على بناء الثقة وإقناع العميل. ومن هنا تنبع أهمية هذا البائع المبتدئ الذي يسعى إلى استكشاف المهارات الأساسية التي ينبغي أن يتحلى بها وتحليل التحديات التي تعترض طريقه، واقتراح سبل عملية لتطوير أدائه وتجديد ممارساته.

وسيتناول هذا المبتدئ، من خلال مسيرته في السوق، أبرز المهارات اللغوية والسلوكية والمعرفية التي تعد ركيزة أساسية في نجاح البائع داخل السوق، مع التركيز على أهمية التواصل الفعال، وفنون الإقناع، وإدارة العلاقات مع العملاء. كما سيسلط الضوء على دور التدريب والتأهيل في بناء شخصية قادرة على التفاعل مع متغيرات السوق، وتحقيق الأهداف التسويقية بكفاءة واقتدار.

مثل أنه يعرف كيف يبيع المنتجات أو الخدمات للعملاء. وتتمثل مهام البائع في تقديم المشورة للعملاء، الإجابة على استفساراتهم، تقديم العروض الترويجية، وتحديد الحلول الأنسب التي تلبي احتياجاتهم. بالإضافة إلى ذلك، يقوم البائع بمتابعة العملاء وتقديم خدمة ما بعد البيع لتعزيز العلاقات وتحقيق رضاهم، مما يساهم في تكرار التعاملات وزيادة المبيعات.

تعتبر مهنة البائع من المهن التي تتطلب مهارات اتصال وتفاوض قوية، إذ يجب عليه أن يكون قادرًا على فهم متطلبات العملاء وتوجيههم للخيارات الأفضل. كما يتعين على البائعين فهم السوق والمنتجات التي يروجون لها بشكل دقيق.

وللترويج بشكل دقيق، يجب على البائع المبتدئ تحديد الفئة المستهدفة وفهم احتياجاتهم، ثم وضع خطة تسويقية مدروسة تتضمن إنشاء محتوى جذاب.

1.2 مشكلة البحث

على الرغم من أن البائع المبتدئ يُعد عنصراً أساسياً في العملية التسويقية، إلا أن كثيراً منهم يفتقرون إلى المهارات اللازمة للتفاعل الفعال مع السوق والعملاء. هذا النقص في المهارات يؤدي إلى ضعف الأداء البيعي، وانخفاض معدلات المبيعات، وصعوبة بناء علاقات مستدامة مع العملاء. ومن هنا تنشأ ثلاث مشاكل.

1. مشاكل التسويق الرئيسية وهي:

أ. عدم فهم الجمهور:

إهمال دراسة سلوك الجمهور

ب. وضع أهداف غير واقعية:

يضع البائعون أهدافاً غير قابلة للتحقيق

ج. ضعف الميزانية:

عدم كفاية الميزانية المخصصة لأنشطة التسويق

د. ضعف الوعي بالعلامة التجارية:

عدم بناء علامة تجارية

2. مشاكل في حملات التسويق وهي:

أ. إهمال التفاعل:

عدم التفاعل مع العملاء أو الرد على استفساراتهم

ب. عدم تحليل الأداء:

إهمال تتبع وقياس أداء الحملات التسويقية

ج. التركيز علي الكم لا الكيف:

نشر محتوى كثير دون الاهتمام بجودته

د. عدم تنوع المحتوى:

الاقتصار على نوع واحد من المحتوى وعدم استخدام قنوات تسويقية متنوعة

3. مشاكل التسويق الرقمي وهي:

1. مشاكل تقنية:

وجود مشاكل برمجية أو تقنية في الموقع الإلكتروني

ب عدم الثقة في. وسائل الدفع الالكتروني

1.3 أهمية البحث

تنبع أهمية هذا البحث من عدة جوانب:

1. نفسيًا:

يساعد في تقوية شخصية البائع المبتدئ.

2. أكاديميًا:

يساهم في إثراء الأدبيات المتعلقة بتدريب وتأهيل البائعين الجدد، ويقدم إطارًا نظريًا يمكن اعتماده في الدراسات المستقبلية.

3. تنمويًا:

يساعد الأفراد الراغبين في دخول مجال المبيعات على فهم المهارات المطلوبة وتطويرها بشكل منهجي.

4. اقتصاديًا:

يسهم في تحسين جودة الأداء البيعي، مما ينعكس إيجابًا على معدلات النمو والإيرادات في المؤسسات.

5. عمليًا:

يوفر دليلًا تطبيقيًا يمكن استخدامه في برامج التدريب داخل الشركات والمؤسسات التجارية.

6. تسليط الضوء على الفجوة المهارية

يساعد البحث في الكشف عن الفجوة بين المهارات المطلوبة في السوق والمهارات التي يمتلكها البائعون المبتدئون، مما يتيح للمؤسسات تصميم برامج تدريبية أكثر دقة وفعالية.

7. دعم برامج التأهيل المهني

يوفر إطارًا معرفيًا يمكن اعتماده في إعداد مناهج تدريبية للبائعين الجدد، سواء في المؤسسات التعليمية أو داخل الشركات التجارية.

8. تعزيز جودة التفاعل مع العملاء

من خلال التركيز على مهارات التواصل والإقناع،¹ يسهم البحث في تحسين تجربة العميل، وزيادة فرص الولاء للعلامة التجارية.

9. تمكين رواد الأعمال والمستقلين

يقدم دليلًا عمليًا يمكن أن يستفيد منه الأفراد الذين يبدؤون مشاريعهم الخاصة، ويحتاجون إلى فهم أساسيات البيع والتسويق.

10. تعزيز ثقافة التعلم المستمر

يشجع البائعين على تبني عقلية النمو، والسعي لتطوير الذات، مما يرفع من مستوى الاحترافية في بيئة العمل.

قائمة المراجع

1. الشمري، مروان أحمد كاظم. مهارات البيع: أساسيات النجاح في عالم التجارة. منصة تواصل، 6 يناير 2025.
2. موقع حوت. المهارات المطلوبة في التسويق: أهم 10 مهارات لا غني عنها. فبراير 2025.
3. أبو هاشم، فاطمة. أفضل مهارات التسويق التي يجب أن يمتلكها المحترفون في 2025. أكاديمية ابن سينا للتدريب، فبراير 2025.
4. إبراهيم، فاطمة. أبرز 14 مهارة من مهارات البيع الناجح. مدونة فاطمة إبراهيم، 2025.
5. الساوي، طارق. أهم مهارات المبيعات التي يجب أن يتقنها كل بائع محترف. LinkedIn، أكتوبر 2024.