

الأستاذ الدكتور

حميد الطائي

إدارة المبيعات



اليازوري

المحتويات

5	الإهداء
7	توطئة
9	المحتويات
15	فهرس الأشكال
17	فهرس الجداول
19	الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لوظيفة البيع وإدارة المبيعات
19	أهداف الفصل:
21	التسويق
21	إدارة التسويق
22	فلسفات ادارة التسويق Marketing Management Philosophies
30	عملية إدارة المبيعات Sales Management Process
33	المراحل الرئيسة لعملية إدارة المبيعات.. The major stages of sales..
35	تغييرات السوق
36	قوى المنافسة
38	قوى المستهلكين:
45	وظيفة إدارة المبيعات The Sales Management Function
46	نشاطات إدارة المبيعات Sales Management Activities
48	جدارات المعرفة بالمبيعات Sales Knowledge Competencies
49	أولاً: جدارة العمل الاستراتيجي Strategic Action Competency
51	جدارة التدريب على رأس العمل Coaching Competency
53	ثانياً: جدارة بناء الفريق Team – Building Competency
55	ثالثاً: جدارة الإدارة الذاتية Self-management competency
56	رابعاً: الجدارة من منظور دولي Global perspective competency
58	خامساً: الجدارة التكنولوجية Technology competency
60	مراجع الفصل الأول

61	Personal Selling	الفصل الثاني: البيع الشخصي
61		أهداف الفصل:
63	Personal selling	البيع الشخصي
63		طبيعة نشاط البيع الشخصي
65		دور القوى البيعية
68	Sales professionalism	احترافية المبيعات
71	Contributions of personal selling	اسهامات البيع الشخصي
74	Sales people and the customer	مندوبو المبيعات والمستهلك
75		تصنيفات مداخل البيع الشخصي
84	Sales Management in the..	إدارة المبيعات في القرن الواحد والعشرين
84	Consultive Selling	البيع الاستشاري
85	Sale Process	العملية البيعية
88		ثانياً - الخطوات الرئيسية في عملية البيع الشخصي
92	The interaction phase	المرحلة الثانية: مرحلة التفاعل
93		إحراز وسيلة الوصول إلى المشتري
96	Closing skills	مهارات إتمام اللقاء
98	Postinteraction phase	المرحلة الثالثة: مرحلة ما بعد التفاعل
99	personal selling skills	ثالثاً: مهارات البيع الشخصي
103	The opening	المرحلة الأولى: الافتتاح
103	...Need and problem Identification	المرحلة الثانية: تحديد الحاجة والمشكلة
104	The presentation and demonstration	المرحلة الثالثة: العرض والتقديم
104		العرض (كيفية الاستعمال)
106		قيادة العرض
107		مزايا العرض والتقديم
108	Dealing with objection	المرحلة الرابعة: التعامل مع الاعتراضات
110	Negociation	المرحلة الخامسة: التفاوض
111		مهارات السلوك التي تؤدي لنجاح عملية التفاوض:

111	 closing the sale	المرحلة السادسة:إنهاء الصفقة البيعية
113	 Follow - up	المرحلة السابعة المتابعة
114		مراجع الفصل الثاني
115		الفصل الثالث: تنظيم النشاط البيعي
115		أهداف الفصل
117		تقديم
118		المبادئ الأساسية في تنظيم إدارة المبيعات
123	 Selling Situation Contingencies	البيع في الحالات الطارئة
124	 Sales organization structures	الهيكل التنظيمية للمبيعات
129		التنظيم على أساس الوظيفة
130	 complex sales force structure	تنظيم القوى البيعية المركب
133	 Sales Force Size	حجم القوى البيعية
135		استراتيجية أخرى لتنظيم القوى البيعية
135	 Outside and Inside sales Force	قوى البيع الداخلية والخارجية
137	 Team selling	البيع بروح الفريق الواحد
139	 Sales Territory Design	تصميم المنطقة البيعية
141	 Territory Design procedures	إجراءات تصميم المناطق البيعية
144		المرحلة الثالثة: اختيار نقاط البداية
146	 Territory Mapping programs	برامج خرائط المناطق البيعية
146	 Simulating New Territories	محاكاة المناطق الجديدة
147	 Optimizing Territory Design	التصميم الأمثل للمنطقة
148		مراجع الفصل الثالث
149		الفصل الرابع: طرق التنبؤ بالمبيعات
151		أولاً: مفهوم التنبؤ بالمبيعات وأهميته
154	 Sales Forecasting Methods	ثانياً: طرق التنبؤ بالمبيعات
155		الطرق التي تعتمد على التقدير والخبرة الشخصية (الطرق النوعية)
159		الطرق الكمية

167	Trend Equation	معادلة الاتجاه
170	Sales Budget	ثالثاً: موازنة المبيعات
172	Sales Budget Planning	تخطيط موازنة المبيعات
177		مراجع الفصل الرابع
179		الفصل الخامس: الاستقطاب والاختيار وتعيين مندوبي المبيعات
181		تقديم:
182		إعداد وتصميم استراتيجية القوى البيعية
183		المهارات المطلوبة للبائع الناجح
187		الخطوة الأولى: التخطيط للاستقطاب والاختيار لمندوبي المبيعات
191	Job Description	وصف الوظيفة
196		أما أبرز عيوبها فهي:
197		الخطوة الثالثة: الإجراءات الواجب إتباعها لاختيار مندوب المبيعات
201	Placement	التعيين
202		مراجع الفصل الخامس
203		الفصل السادس: تدريب مندوبي المبيعات
205		تقديم
206	Training Concept	مفهوم التدريب
209	Define Training Needs	الخطوة الأولى: تحديد احتياجات التدريب
210		متى تبرز الحاجة إلى التدريب؟
219	Prepare the Employees	الخطوة الثالثة: إعداد العاملين
221	Conduct the Training	الخطوة الرابعة: الإشراف على التدريب
222	Evaluate the Training	الخطوة الخامسة: تقييم التدريب
223		الخطوة السادسة: مواصلة تعزيز أو متابعة التدريب:
223	Training Methods	طرق التدريب
227	Presentation	الخطوة الثانية: العرض والتقديم
228	Trail Performance	الخطوة الثالثة: سمات الأداء
230		طرق التدريب الجماعية:

235.....	مراجع الفصل السادس
237.....	الفصل السابع: القيادة والتحفيز (الحفز) والتعويض
237	أهداف الفصل:
239.....	المبحث الأول: قيادة إدارة المبيعات
239	تقديم
240	مفهوم القيادة
243	التمييز بين القيادة، الإدارة والإشراف على القوى البيعية
246	وجهات النظر المعاصرة لقيادة المبيعات
246	أسلوب القيادة:
247	نموذج القيادة التبادلية بين الرئيس والمرؤوسين
248	نموذج القيادة المثالية لإدارة المبيعات
250	القيادة والقوة Power and Leadership
253	العوامل الموقفية Situational Factors
259	حاجات وطلبات مندوبي المبيعات Needs and Wants of sales people
259	المرامي والأهداف Goals and objectives
260	مهارات القيادة Leadership skills
262	التحفيز والدافعية والتعويض
264	نظام المكافآت الأمثل للقوى البيعية Optimal sales force Reward system
265	أشكال مكافآت قوى البيع Types of sales force Rewards
266	الدخل الحالي المنفق
269	المحور الثاني: التعويضات غير المالية
271.....	مراجع الفصل السابع
273.....	الفصل الثامن: تحديد فاعلية وكفاية أداء القوى البيعية
273	أهداف الفصل:
273	المبحث الأول:
273	المبحث الثاني:
275	تقديم

275	Evaluation of the effectiveness of the organization	تقييم فاعلية التنظيم
277	Sales Organization Audit	تدقيق الهيكل التنظيمي للمبيعات
280	Benchmarking	المقارنة المرجعية (مقارنة الشيء بالشيء)
281	Sales Organization Effectiveness..	أساليب تقييم فاعلية تنظيم المبيعات
283	Sales Analysis	تحليل المبيعات
286	Costs Analysis	تحليل التكاليف
288	Profitability Analysis	تحليل الربحية
289		المدخل الأول: تحليل كشف الدخل
291		المدخل الثاني: التكلفة المستندة إلى النشاط
292		المدخل الثالث: تحليل العائد إلى الأصول المدارة
294	Productivity Analysis	تحليل الإنتاجية
296	Evaluating Salesperson..	المبحث الثاني: تقييم أداء مندوبي المبيعات
296		تقديم
296	Purposes of Salesperson..	أغراض تقييم أداء مندوب المبيعات
298		مداخل تقييم أداء مندوب المبيعات
299		مفتاح القضية المتعلقة بتقييم ورقابة الأداء لمندوب المبيعات
300	Criteria for Performance Evaluation	معايير تقييم الأداء
302	Behavioral Criterion	المعيار السلوكي
302	Professional Development Criterion	معيار التطوير المهني
306	Results Criterion	معيار النتائج
306	Profitability Criterion	معيار الربحية
307	Performance Evaluation Methods	طرق تقييم الأداء
309	Sales Job Satisfaction	الرضا الوظيفي لمندوب المبيعات
313		مراجع الفصل الثامن
315	Glossary	مسرد المصطلحات
342	Multiple choice questions:	
364	Key Answer	مفتاح الجواب