



## مهارات البيع

دليل المتدرب

البيع الناجح ليس عملية سهلة، بل هو في الحقيقة مجموعة مركبة من الأنظمة التي يتعلمها كل الذين يرغبون في الإنجاز المهني الرفيع في مجال إدارة الأعمال. ومن ثم، فالبيع ليس عملية غامضة، بل هو شيء يمكن التنبؤ به وهو عملية منطقية تسير خطوة خطوة مثل خط الإنتاج أو تسلسل الإنتاج حتى الوصول إلى السلعة النهائية. وعندما ننجح في تركيب كل تلك العناصر التكوينية الضرورية لعملية البيع نحصل على النتيجة الصحيحة النهائية ونجاح العمل.

## الفهرس

م	البيان	
2	اسم البرنامج .	
2	الأهداف .	
3	المستهدفون من البرنامج - متطلبات الترشيح - مدة البرنامج - اساليب التدريس .	
4	التقنيات التعليمية المستخدمة .	
5	المحتوى .	
<b>الوحدة التدريبية الأولى</b>		
9	ارشادات الاجابة علي الاسئلة والتطبيقات التي تضمنها دليل المتدرب	<b>البيع أهميته والقائمون عليه</b>
13	تنفيذ اللقاءات التدريبية	
<b>الوحدة التدريبية الثانية</b>		
17	ارشادات الاجابة علي الاسئلة والتطبيقات التي تضمنها دليل المتدرب	<b>الإتصال البيعي</b>
20	تنفيذ اللقاءات التدريبية	
<b>الوحدة التدريبية الثالثة</b>		
25	ارشادات الاجابة علي الاسئلة والتطبيقات التي تضمنها دليل المتدرب	<b>الاستعداد للبيع</b>
29	تنفيذ اللقاءات التدريبية	
<b>الوحدة التدريبية الرابعة</b>		
35	ارشادات الاجابة علي الاسئلة والتطبيقات التي تضمنها دليل المتدرب	<b>المهارات الضرورية لمكالمة ناجحة</b>
39	تنفيذ اللقاءات التدريبية	
<b>الوحدة التدريبية الخامسة</b>		
46	ارشادات الاجابة علي الاسئلة والتطبيقات التي تضمنها دليل المتدرب	<b>اعتراضات العملاء</b>
48	تنفيذ اللقاءات التدريبية	
52	اجابة الاختبار القبلي والبعدي	

## أسم البرنامج

## مهارات البيع

## الهدف العام للبرنامج

رفع أداء المشاركين وإكتساب وتنمية مهارات الاتصال الفعال والاستماع والتحدث مع العملاء ، والتي تساعد على إكتساب زبائن جدد وتحقيق حجم مبيعات أكثر ، التمكن من مواجهة اعتراضات العملاء وحلها .

## الأهداف التفصيلية



1. معرفة أهمية عملية البيع .
2. إكتشاف أنواع رجال البيع الصفات التي تميزهم .
3. إكتشاف قنوات وقواعد الاتصال الفعال .
4. التغلب على مشاكل الاتصال الفعال بالعملاء .
5. التعرف على الطرق الصحيحة للاستماع في الاتصال البيعي .
6. إكتشاف مهارات التحدث والطرق الفعالة للعرض .
7. إكتساب مهارات التعامل مع اعتراضات العملاء .



## المستهدفون من البرنامج

- البائعين في متاجر الجملة والتجزئة .
- العاملين في مجال تسويق المنتجات .
- العاملين في مجال التجارة .

## متطلبات الترشيح للبرنامج

لا الممارسين للمهام التي يستهدفها البرنامج .

## مدة البرنامج

25 ساعة

## أساليب التدريس

- لا يعتمد تنفيذ الحقيبة التدريبية على استراتيجيات التعلم الإتيقاني .
- لا تتنوع أساليب التدريس وفق المواقف التعليمية المختلفة ومنها :  
المنافشة (فردية - جماعية) - العمل الفردي - العصف الذهني للأفكار - المشاغل التربوية - تطبيقات فردية - أنشطة - محاضرة عند الضرورة .

## التقنيات التعليمية المستخدمة

- يتطلب تنفيذ المحتوى العلمي تأمين الأدوات والأجهزة التالية :  
سبورة معدنية – جهاز عرض الشفافيات – جهاز عرض البيانات –  
حاسوب – شفافيات – أقلام سبورة ملونة – ورق .

## تقويم المتدربين

- يتم تقويم المتدرب من خلال التالي :  
( اختبار قبلي - اختبار بعدي - المشاركة ) .

الزمن	هدف الوحدة	الوحدة	رقم الوحدة
خمسة ساعات	التعرف على أهمية عملية البيع واكتشاف أنواع رجال البيع والصفات التي تميزهم .	البيع أهميته والقائمون عليه	الأولى
خمسة ساعات	إكتشاف قنوات وقواعد الاتصال الفعال وكيفية مواجهة مشاكل الاتصال بالعملاء والتغلب عليها .	الإتصال البيعي	الثانية
خمسة ساعات	التعرف على أنواع المعلومات البيعية التي يحتاجها البائع ومصادرها ، إكتشاف أنواع العملاء وأهميتهم في العملية البيعية .	الاستعداد للبيع	الثالثة
خمسة ساعات	التعرف على أهمية عملية الاستماع في العملية البيعية وأنواعه وعوائقه ، واكتساب مهارات التحدث والطرق الفعالة لعرض المنتجات للعملاء .	المهارات الضرورية لمكالمة ناجحة	الرابعة
خمسة ساعات	اكتشاف انواع الاعتراضات التي قد تواجه البائع وكيفية مواجهتها وحلها من خلال التعرف على المبادئ العامة لمعالجة الاعتراضات وخطوات التعامل معها .	اعتراضات العملاء	الخامسة

**الوحدة التدريبية الأولى**  
( الزمن المتوقع لتنفيذها 300 دقيقة )

عنوان الوحدة

**البيع أهميته والقائمون عليه**

الموضوعات التي تتناولها الوحدة

- 1- عملية البيع .. فكرة وقدرة وفن ..
- 2- أنواع رجال البيع .
- 3- واجبات رجل البيع .

أهداف الوحدة

- التعرف على أهمية عملية البيع .
- إكتشاف أنواع رجال البيع والصفات التي تميزهم .
- التعرف على الواجبات المطلوبة من رجل البيع .

## متطلبات تنفيذ الوحدة

- حاسوب – جهاز عرض البيانات – شاشة بيضاء .
- جهاز عرض الشفافيات .
- نسخ كافية من أسئلة وأوراق إجابة الاختبار القبلي .

جدول زمني مقترح لتنفيذ  
الوحدة الأولى

الزمن المقترح	أسلوب التدريب المقترح	الإجراءات التدريبية
20 د		التعارف بين المتدربين .
20 د	مناقشة جماعية – فردية	التمهيد بالهدف العام من الحقيبة التدريبية .
20 د	تطبيق الاختبار بصورة فردية	الاختبار القبلي .
60 د	مناقشة جماعية – فردية	عملية البيع .. فكرة وقدرة وفن ..
120 د	مناقشة جماعية – فردية	أنواع رجال البيع .
60 د	مناقشة جماعية – فردية	واجبات رجل البيع .
300 د		المجموع الكلي



## آلية تنفيذ الوحدة الأولى

**الهدف الأول :**

التعارف بين المتدربين .

**الهدف الثاني :**

التعريف بأهداف الحقيبة .

**الهدف الثالث :**

تطبيق الاختبار القبلي على المتدربين .

**الهدف الرابع :**

- التعرف على أهمية عملية البيع .
- إكتشاف أنواع رجال البيع والصفات التي تميزهم .
- التعرف على الواجبات المطلوبة من رجل البيع .

ارشادات الاجابة علي الاسئلة  
والتطبيقات التي تضمنها دليل  
المتدرب



### مقدموا الخدمات البيعية support Personnel

ولا يقوم هؤلاء بإتمام العملية البيعية أو جلب طلبيات العملاء ولكن دورهم يتركز في تزويد العملاء وتعليمهم مجموعة من المعارف المتعلقة بالسلع والخدمات المبيعة ويعمل معظمهم في حقل السلع الصناعية وتقديم خدمات ما بعد البيع ومن أنواعهم :

#### أ - رجال البيع الفنيين :

وهم مجموعة من رجال البيع الذين يعملون في المنتج ويقومون بزيارة للوسطاء او العملاء والمتخصصين بهدف إعطائهم صورة متخصصة عن نشاط المنشأة ومنتجاتها ويقومون بتوزيع العينات والإجابة على الأسئلة الفنية المتعلقة بالسلعة ويتضمن دورهم في تحديد الطلب المتوقع وبناء الصورة الذهنية الطيبة عن السلع وتدريب رجال البيع لدى الوسطاء .

#### ب - رجال البيع التجاريين :

وهم المتخصصون في نوعية الوسطاء بأفضل طريق البيع وإعداد نوافذ العرض الخاصة بهم وتوزيع عينات من السلع داخل محلات البائعين ويمكن ان يسند لهؤلاء مهمة جمع الطلبيات .

#### ج - المستشارين الفنيين :

ومهمة هؤلاء نقل الصورة الفنية المتكاملة لرغبات العملاء في شكل قابل للتشغيل من وجهة نظر المنشأة وخاصة بالنسبة للنواحي العلمية والعملية .

#### 1- البائع بالطواف Rout selling :

المهمة الأساسية للبائع مجرد توصيل الطلبات للمتعاملين ومنهم باعة الصحف والخبز والألبان ويهتمهم بالدرجة الأولى المحافظة على مستوى الخدمة وتوقيتها ويمارس البائع دوره الإبداعي في إمكانية جذب العديد من العملاء الجدد .

#### 2- بائع متاجر التجزئة Retail selling :

في مجال البقالة والسوبر ماركت واللحوم والأقمشة .. إلخ . تجد العديد من رجال البيع الذين يسعون إلى إقناع العميل بالشراء وسماع متطلباته والاهتمام بالدرجة الأولى بالمظهر والخدمة والقدرة على الاتصال الفعال مع العملاء وإشباع حاجاتهم .

**3- جامع الطلبيات داخل المحل Inside order taker :**

حيث يتعامل العديد من وكلاء قطع غيار السيارات والصيانة وعدد من المحلات الكبرى في تزويد المتعاملين بالسلعة والخدمات الضرورية فإن جامع الطلبيات داخل المحل يتميز بالإلتزام التام وعدم تركه محله أو تليفونه وقدرة عالية على التحدث في التليفون ومعرفة دقيقة بمتطلبات الخدمة وشروطها .

**4- البائع المروج :**

وهو بائع ليس مهمته أن يبيع بقدر ان تكون مهمته صنع عميل للمستقبل ووظيفته بناء جسور الثقة مع المتعاملين ومعاونة المشتري في مواجهة عدد من مشاكله الإنتاجية والبيعية.

## واجبات رجل البيع

من واجبات رجل البيع ما يلي :

**أ - جمع المعلومات :**

فرجل البيع هو خير مصدر للمعلومات عن ظروف السوق المتغيرة ويمكنه أيضاً الاستمرار في الاتصال بمنافذ التجزئة والتعامل مع المستهدفين والمتعاملين في كل مكان .

**ب - يقدم ويعرض السلع والخدمات :**

فرجل البيع وحده هو القادر على التركيز على مزايا السلعة وإقناع العميل بمزاياها عن السلعة المنافسة وعرض مغرياتها البيعية الأساسية .

**ج - يعالج الاعتراضات :**

فمن عادة العملاء أن يثيروا الكثير من الاعتراضات وعلى رجل البيع أن يقنعهم بإحدى الطريقتين إما الاعتراف بأن الاعتراض سليم أو أن مزايا السلعة أكبر من عيوبها .

**د - يقابل العملاء ويلتقي بهم :**

فالبائع النشط يلتقي بعملائه حيثما يكونون في الوقت والمكان والزمان الذي يتناسب مع العميل ليعرض عليه بطريقة مقبولة ما يقدمه من سلع وخدمات .

**هـ - يساعد تاجر التجزئة في عرض السلعة :**

فالبائع يستطيع أن يقدم النصيحة إلى تاجر التجزئة عن طريق إرشاده بأحسن وأفضل طرق عرض السلعة وكذا يزيد حجم المبيعات .

**و - التحصيل :**

إن رجل البيع يؤدي وظيفة مهمة جداً في تحصيل النقود وتصفية الديون .

**ز - معالجة شكاوى العملاء :**

مهما كانت الشركة في تميزها فإن العميل سوف يثير بعض الشكاوي بمبرر أو بغير مبرر ويستطيع رجل البيع تصحيح الموقف وأن يتأكد أن يظل العميل عميلاً للشركة .



## تنفيذ اللقاءات التدريبية

### فعاليات التدريب

اسم الوحدة التدريبية : مهارات البيع .

الوقت	المرجع	توجيهات المدرب	م
20د	الشريحة رقم (2)	• قم بعرض الشريحة رقم (2) بحيث تبرز منها الاتفاقيات التي يجب الالتزام بها.	1
	الشريحة رقم (3)	• قم بعرض الشريحة رقم (3) بحيث تبرز منها محاور الدورة التدريبية.	
	الشريحة رقم (4)	• قم بعرض الشريحة رقم (4) بحيث تبرز منها الهدف العام للبرنامج التدريبي، و عرف المشاركين بأنك ستبدأ في تحقيق هذا الهدف.	
	الشريحة رقم (5)	• قم بعرض الشريحة رقم (5) بحيث تبرز منها الاهداف التفصيلية، و عرف المشاركين بأنك ستبدأ في تحقيق هذه الاهداف.	
60د	الشريحة رقم (7)	• أعرض الشريحة رقم (7) بحيث تبرز منها عنوان الوحدة التدريبية الاولى.	2
	الشريحة رقم (8)	• قم بعرض الشريحة رقم (8) بحيث تبرز منها عنوانها فقط <b>(عملية البيع فكرة وقدرة وفن)</b>	
	الشريحة رقم (9)	• قم بعرض الشريحة رقم (9) بحيث تبرز منها مفهوم البائع وأهميته بالنسبة للمجتمع .	
120د	الشريحة رقم (10)	• قم بعرض شريحة رقم (10) بحيث تبرز منها عنوانها فقط <b>(أنواع رجال البيع)</b>	3
	الشريحة رقم (11)	• قم بعرض شريحة رقم (11) تبرز منها مفهوم (الباحثون عن الطلبات)	
	الشريحة رقم (12)	• وضح مفهوم (جامعو الطلبات) والخدمات التي يقوموا بها في شريحة رقم (12)	
	الشريحة رقم (13)	• أعرض الشريحة رقم (13) بحيث تبرز منها دور (مقدموا الخدمات البيعية)	
	الشريحة رقم (14)	• قم بعرض شريحة رقم (14) بحيث تبرز منها أنواع (مقدموا الخدمات البيعية)	
	الشريحة رقم (15)	• أعرض الشريحة رقم (15) لتوضح مفهوم كل من (البائع بالطواف ، بائع متاجر التجزئة)	
	الشريحة رقم (16)	• قم بعرض الشريحة رقم (16) بحيث تبرز منها مفهوم كل من (جامعو الطلبات داخل المحل ، البائع المروج )	
60د	الشريحة رقم (17)	• قم بعرض شريحة رقم (17) بحيث تبرز منها عنوانها فقط <b>(واجبات رجال البيع)</b>	4
	الشريحة رقم (18)	• قم بعرض شريحة رقم (18) بحيث تبرز منها المهام الذي يقوم بها (رجال البيع)	
	الشريحة رقم (19-20-21)	• قم بعرض شريحة رقم (19 ، 20 ، 21) تشرح فيها واجبات رجل البيع )	

**الوحدة التدريبية الثانية**  
( الزمن المتوقع لتنفيذها 300 دقيقة )

عنوان الوحدة

**الإتصال البيعي**

الموضوعات التي تتناولها الوحدة

- مدخل عام للاتصال .
- دائرة الاتصال الفعال .
- أنواع الاتصال .
- قواعد الاتصال الفعال .
- مشاكل الاتصال بالعملاء .

أهداف الوحدة

1. إكتشاف قنوات وقواعد الاتصال الفعال .
2. التعرف على أنواع الاتصال وعناصره .
3. التعرف على كيفية مواجهة مشاكل الاتصال بالعملاء والتغلب عليها .



## متطلبات تنفيذ الوحدة

- حاسوب – جهاز عرض البيانات – شاشة بيضاء .
- جهاز عرض الشفافية .

جدول زمني مقترح لتنفيذ  
الوحدة الثانية

الزمن المقترح	أسلوب التدريب المقترح	الإجراءات التدريبية
40 د	مناقشة جماعية – فردية	مدخل عام للاتصال .
60 د	مناقشة جماعية – فردية	دائرة الاتصال الفعال .
60 د	مناقشة جماعية – فردية	أنواع الاتصال .
50 د	مناقشة جماعية – فردية	قواعد الاتصال الفعال .
90 د	مناقشة جماعية – فردية	مشاكل الاتصال بالعملاء .
300 د		<b>المجموع الكلي</b>

## آلية تنفيذ الوحدة الثانية

**الهدف الأول :**

التعرف علي عملية الاتصال وإكتشاف دائرة الاتصال الفعال .

**الهدف الثاني :**

إكتشاف أنواع الاتصال .

**الهدف الثالث :**

التعرف علي قواعد الاتصال .

**الهدف الرابع :**

إكتشاف طبيعة مشاكل الاتصال التي قد تواجه البائع .

ارشادات الاجابة علي الاسئلة  
والتطبيقات التي تضمنها دليل  
المتدرب



عوامل نجاح الاتصال اللفظي في الاتصال الشخصي :

- **المجاملات والتشجيع** : إن استخدام كلمات المجاملات والتشجيع بين الحين والحين في الاتصال الشخصي ، تعد عاملاً هاماً وكبيراً في نجاح عملية الاتصال ، حيث إنها تزيل أي حاجز نفسي بين المرسل والمتلقي ، وتجعل الكلام والاتصال بينهما سهلاً .
- **الإنصات والاستماع الجيد للمستقبل** : إن الاستماع الجيد للمستقبل يجعله يشعر بأهمية ما يقول ويشجعه على المزيد للمشاركة والحديث والانفتاح . كما أن الإنصات وبالرغم من عدم استخدامه الألفاظ أو الكلمات .. يعد أمراً هاماً جداً في عملية الاتصال اللفظي ، لأنه دون الإنصات لن يستطيع المرسل أن يتفهم كلام المستقبل أو يستجيب له ويجدر التنبيه هنا إلى الفارق بين الاستماع والإنصات ، **فالاستماع** هو وصول أصوات الأذن المستمع فقط بينما **الإنصات** هو وصول أصوات الأذن المستمع ليفكر فيها ثم يستجيب لها في صورة رد فعل .
- **الوضوح** : الوضوح في اختيار التعبيرات والكلمات ، والوضوح في مخارج الألفاظ ونطق الكلمات على قدرين كبيرين من الأهمية لوصول الرسالة واضحة للمستقبل .
- **الإعادة** : إن تكرار المعلومات بعدة طرق يجعل المرسل يتأكد من وصول معلوماته كما يريد للمستقبل .

عوامل نجاح الاتصال غير اللفظي :

- **الابتسامة** : أن الابتسامة من العوامل الهامة والأساسية في نجاح الاتصال غير اللفظي ، لأنها تساعد على الألفة والمودة بين المرسل والمستقبل ، وتزيل الحاجز النفسي بينهما ، وهذا ما يسهل عملية الاتصال فيما بعد .
- **تواصل العينان** : أن التواصل بالعينين بين المرسل أو المستقبل هام لاستمرار الحديث بين الاثنين ، ويحدث هذا أحياناً في حياتنا العملية عندما يحدثنا شخص فننشغل عنه بالحديث أو العمل في شيء آخر ، فلا ننظر إليه ، لنراه بعد فترة وقد توقف عن حديثه حتى ننتهي من العمل الآخر ، والنظر إليه مجدداً .
- **الإنصات** : إن الإنصات الجيد من العوامل التي تساعد على التواصل الجيد بين الطرفين كما وضحنا من قبل .
- **الاسترخاء والتلقائية** : إن الاسترخاء والتلقائية ، وعدم التكلف في التعامل أمور مهمة جداً لنجاح الاتصال وفعاليتها . فالاسترخاء والتلقائية يجعلان المستقبل يشعر بالراحة والرغبة في الحديث ، والإفصاح عن مشاعره .
- **إظهار الاهتمام بالمستقبل** : يجب أن يظهر المرسل الاهتمام بالمستقبل في جميع تصرفاته معه ، حتى في طريقة الجلوس ، لكي يشعر المستقبل بأن المرسل قد تفرغ له ولمشاكلته تماماً ، مما يشجعه على الحديث ، والرغبة في التواصل المستمر مع المرسل .
- **قنوات أو وسائل الاتصال** : يتم الاتصال بنوعين اللفظي وغير اللفظي عن طريق قنوات معينة
- **وهناك ثلاث قنوات أو وسائل للتعبير** :
- 1- **الوسائل المكتوبة** : مثل المذكرات - الخطابات - التلكس - الفاكس - الصحف .. إلخ .

- 2- **الوسائل الشفهية**: مثل التليفون ، اجهزة الاتصال المسموعة والمشاهدة – العرض البيعي الشخصي - المؤتمرات .
- 3- **الوسائل التعبيرية**: مثل اللمس – العين – الصوت – الطعم .



## تنفيذ اللقاءات التدريبية

## فعاليات التدريب

اسم الوحدة التدريبية : مهارات البيع.

الوقت	المرجع	توجيهات المدرب	م
40	الشريحة رقم (22)	• أعرض الشريحة رقم (22) بحيث تبرز منها عنوان الوحدة التدريبية الثانية.	1
	الشريحة رقم (23)	• قم بعرض شريحة رقم (23) تبرز منها عنوانها فقط (مدخل عام للاتصال)	
	الشريحة رقم (24)	• قم بعرض شريحة رقم (24) توضح منها مفهوم (الاتصال ليس سلعة)	
	الشريحة رقم (25)	• أعرض الشريحة رقم (25) بحيث تبرز مفهوم الاتصال	
	الشريحة رقم (26)	• قم بعرض شريحة رقم (26) تشرح فيها (نموذج مكونات الاتصال)	
60	الشريحة رقم (27)	• قم بعرض شريحة رقم (27) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (دائرة الاتصال الفعال)	2
	الشريحة رقم (28)	• أعرض الشريحة رقم (28) بحيث تبرز منها (العناصر المختلفة المكونة لدائرة الاتصال الفعال)	
	الشريحة رقم (29)	• قم بعرض شريحة رقم (29) بحيث توضح عناصر دائرة الاتصال	
	الشريحة رقم (30)	• أعرض الشريحة رقم (30) بحيث تبرز منها وظائف لمرسل	
	الشريحة رقم (31)	• قم بعرض شريحة رقم (31) بحيث توضح عناصر دائرة الاتصال	
	الشريحة رقم (32)	• أعرض الشريحة رقم (32) لشرح (انواع الرسائل)	
	الشريحة رقم (33-34)	• قم بعرض شريحة رقم (33-34) بحيث توضح عناصر دائرة الاتصال	
60	الشريحة رقم (35)	• أعرض الشريحة رقم (35) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (أنواع الاتصال).	3
	الشريحة رقم (36)	• أعرض شريحة رقم (36) تبرز منها انواع الاتصال	
	الشريحة رقم (37)	• قم بعرض شريحة رقم (37) تبرز منها مفهوم (الاتصال اللفظي)	
	الشريحة رقم (38)	• قم بشرح (عوامل نجاح الاتصال اللفظي في الاتصال	

		الشخصي)	
	الشريحة رقم(39)	• قم بعرض شريحة رقم (39) تشرح فيها مفهوم (الاتصال غير اللفظي)	
	الشريحة رقم(40)	• قم بشرح (عوامل نجاح الاتصال غير اللفظي) في شريحة رقم (40)	
	الشريحة رقم(41)	• قم بعرض شريحة رقم (41) توضح فيها (قنوات أو وسائل التعبير )	
50د	الشريحة رقم(42)	• قم بعرض شريحة رقم (42) تبرز منها عنوانها فقط (قواعد الاتصال الفعال)	4
	الشريحة رقم(43)	• قم بشرح (قواعد الاتصال الفعال) في شريحة رقم (43)	
90د	الشريحة رقم(44)	• قم بعرض شريحة رقم (44) تبرز منها عنوانها فقط (مشاكل الاتصال بالعملاء )	5
	الشريحة رقم(45)	• وضح مشاكل عملية الاتصال ، في شريحة رقم (45)	
	الشريحة رقم(46-47-48-49-50-51-52-53-54-55-56)	• قم بشرح (مشاكل الاتصال بالعملاء وكيفية التغلب عليها) في الشريحة رقم (46-47-48-49-50-51-52-53-54-55-56)	

**الوحدة التدريبية الثالثة**  
( الزمن المتوقع لتنفيذها 300 دقيقة )

عنوان الوحدة

الاستعداد للبيع

الموضوعات التي تتناولها الوحدة

- أنواع المعلومات البيعية .
- مصادر المعلومات البيعية .
- العملاء .
- أنواع العملاء .

أهداف الوحدة

- التعرف على أنواع المعلومات البيعية التي يحتاجها البائع .
- إكتشاف مصادر المعلومات البيعية .
- إكتشاف أهمية العملاء والتميز بين أنواعهم .

متطلبات تنفيذ الوحدة

- حاسوب – جهاز عرض البيانات – شاشة بيضاء .
- جهاز عرض الشفافيات .



جدول زمني مقترح لتنفيذ  
الوحدة الثالثة

الزمن المقترح	أسلوب التدريب المقترح	الإجراءات التدريبية
60 د	مناقشة جماعية – فردية	أنواع المعلومات البيعية.
60 د	مناقشة جماعية – فردية	مصادر المعلومات البيعية.
60 د	مناقشة جماعية – فردية	العملاء.
120 د	مناقشة جماعية – فردية	أنواع العملاء.
300 د	المجموع الكلي	

آلية تنفيذ الوحدة الثالثة

الهدف الأول :

- التعرف علي أنواع المعلومات البيعية .

الهدف الثاني :

- التعرف علي مصادر المعلومات البيعية.

الهدف الثالث :

- التعرف علي أنواع العملاء .

ارشادات الاجابة علي الاسئلة  
والتطبيقات التي تضمنها دليل  
المتدرب



## معلومات عن شركتك أو مؤسستك

إذا كانت معرفة معلوماتك عن السلعة مهمة لكل من البائعين والمشتريين فإن معرفة المعلومات المتاحة عن المؤسسة هو امر مهم جداً حيث أن المشتري يود ان يكون على علم بالشركة التي يتعامل معها ويشترى منها السلع والخدمات . لذا فإن رجل البيع يجب ان يكون عنده قدر كبير من المعلومات عن الشركة التي سيمثلها لأن ذلك يؤثر في كيفية الترويج والبيع لمنتجات تلك الشركات وبصورة أكثر تعمقاً نجد أن رجل البيع يبيع بشركته ومنتجات شركته .

وتشمل هذه المعلومات ما يلي :

أ – **المعلومات العامة** : وتشمل تلك المعلومات المتاحة من تاريخ إنشاء تلك الشركة وكيف تأسست ومن هم أصحاب تلك الشركة واصحاب قرار الإنشاء وشكلها القانوني وكذلك معرفة ما إذا كانت تلك الشركة تتبع القطاع العام او الخاص ، وكذلك تتناول تلك المعلومات نوعية إنتاجها ومتوسط مبيعاتها والأرباح التي تحققها وقرارات وسياسات تلك الشركات ، فعلى سبيل المثال عندما تقوم بعملية المقابلة البيعية مع أحد العملاء المرتقبين فقد يوجه إليك هذا العميل سؤالاً عن شركتك وتاريخ نشأتها وطبيعة نشاطها فيجب أن يكون جاهزاً للإجابة على مثل هذه النوعية من الأسئلة باعتبارها أحد المغريات البيعية الأساسية التي تدفع بعض العملاء للتعامل مع مؤسستك دون غيرها وعلى ذلك نجد ان توافر معلومات عن الخصائص والصفات العامة للشركة يساعد رجل البيع في نقل صورة واضحة عن شركته أثناء عملية البيع .

ب – **شروط التعاقد ، ونظم تسليم المنتجات** : من الواجبات الأساسية لرجل البيع في أية شركة أن يتعرف على شروط التعاقد التي تتبعها شركته في التعامل مع العملاء مثل شروط الدفع والتسليم والخصم ، وكذلك لابد له ان يتعرف على الطريقة التي تستخدمها الشركة حتى يتسنى لعميلها الحيابة المادية لمنتجاتها . فعلى سبيل المثال ينبغي لرجل البيع معرفة الخطوات التفصيلية لعملية التعاقد والاجراءات التي يتم إتخاذها في كل خطوة والأشخاص الذين يقومون بإتمام هذه العملية ، ومن ناحية أخرى يجب أن يتعرف البائع على النظام الذي تتبعه الشركة في عملية تسليم السلع إلى العملاء والخدمة اللازمة لذلك والخطوات الذي تتبع حتى يتم التسليم النهائي للسلع إلى العملاء المرتقبين .

ج - **سياسات التمويل والائتمان** : من الضروري أن يتعرف البائع على السياسات المالية التي تستخدمها شركته ، إذ طرق تحصيل قيمة المبيعات تؤثر بشكل كبير في اتجاهات العملاء للتعامل مع المنشأة ويساعد على إتمام عملية البيع ، وهناك بعض الشركات تتبع سياسة متحفظة وتفضل ان يكون تعاملها نقدياً ، ونجد أن بعض الشركات الأخرى تضطر إلى التعامل بالأجل وذلك حتى توسع حجم تعاملها في السوق . ويتم ذلك غالباً عن طريق الوكلاء .

كما أن معرفة تلك السياسات يسهل مهمة رجال البيع في شرح وتفسير هذه السياسات أمام العملاء بما يساعد في إتمام عملية البيع .

د - **الخدمات التي تقدمها الشركة** : إن العديد من الشركات تقوم بتقديم بعض الخدمات المرتبطة بعملية البيع ، وفي هذه الأيام وفي ظل التعاقد التكنولوجي والتقدم العلمي أصبحت السلع والمنتجات التي تقدمها الشركات أكثر تعقيداً خاصة السلع الخدمية ، والسلع الإنتاجية ، ونجد أن المشتريين لهذه المنتجات يبذلون جهوداً كبيرة للتعرف على الخدمات التي تقدمها الشركات وعلى ذلك نجد ان معرفة رجل البيع لسياسة الشركة في هذا المجال وإبلاغ تلك المعلومات إلى المشتريين يسهل من عملية اتخاذ قرار الشراء من جانب هؤلاء المشتريين الذين يركزون على الخدمة بعد البيع أكثر من تركيزهم على عناصر أخرى مثل السعر والمواصفات والتسليم .

## كيف تبيع للمرأة ؟

رغم ما يشعر به عملائك من الرجال بأهميتهم في العملية الشرائية .. فإن المرأة تسيطر وفقاً للدراسات التي أجريت على ميزانية الأسرة على إنفاق نحو 82% من إنفاق القطاع العائلي .. لهذا فهي العميل الذي له أهمية خاصة لدى الكثير من عناصر التجزئة .. وتتركز خصائص المرأة الشرائية في :

- 1- المرأة حادة الحس تجاه ما تراه من سلع وخدمات ، لديها حاسة الشم قوية ، وإحساسها بجودة تشطيب المنتجات عالية ، مما يكلف المنتجين الكثير من طرق العرض وأساليب إعداد السلع بصورة مناسبة .
- 2- تبتعد الكثير من السيدات عن الدخول في التفاصيل الفنية للسلع المبيعة ، ويعتمدون على المظهر بشكل كبير ، لذا فإن البائع عليه أن يلاحظ ذلك .
- 3- تأخذ المرأة وقتاً أطول في التفكير أكثر من الرجل ، لرغبتها في الموازنة بين ما تدفع وما تشتري من منافع ، وهي أكثر عرضة للإيماء والتأثير وعادة لا تريد المرأة أن تحدث تغييراً مفاجئاً في نمط إستهلاكها .
- 4- تبحث المرأة بالدرجة الأولى عن انطباع الآخرين عنها ، لذا تهتم بمظهرها الشخصي إلى حد كبير ، وترغب في أن تشتري سلعة تختلف في مظهرها ولو قليلاً عن السلع التي تشتريها الأخريات .
- 5- رغبة المرأة في التميز في مجتمعها المحلي ، وتقليد المشاهير والالتزام بخط الموضة .
- 6- رغبة المرأة في الكلام والنقاش والمساومة ن والشراء في جماعات ، لذا فإنه من الضروري أن يكون البائع على قدر من المعرفة بلغة المرأة في الحديث ، وقدرته على التجاوب ، وجود مكان أوسع لاستيعاب مجموعات الشراء .
- 7- تحب المرأة ان تعامل معاملة مميزة عند الشراء ن وتفقد أعصابها فوراً إذا قلت لها ( أن الصنف الآخر أكثر ذوقاً من الصنف الذي قمت باختياره ) لا يكفي لها مجرد الاعتذار اليسير .



## تنفيذ اللقاءات التدريبية

### فاعليات التدريب

اسم الوحدة التدريبية : مهارات البيع.

الوقت	المرجع	توجيهات المدرب	م
60د	الشريحة رقم (57)	أعرض الشريحة رقم (57) بحيث تبرز منها عنوان الوحدة التدريبية الثالثة.	1
	الشريحة رقم (58)	قم بعرض شريحة رقم(58) تبرز منها عنوانها فقط (أنواع المعلومات البيعية)	
	الشريحة رقم (59)	قم بشرح مفهوم (معلومات عن سلعة وخدماتك) في شريحة رقم (59)	
	الشريحة رقم (60)	قم بتوضيح مفهوم (معلومات عن شركتك أو مؤسستك) في الشريحة رقم(60)	
	الشريحة رقم (61)	أعرض الشريحة رقم (61) بحيث تبرز مفهوم (المعلومات العامة)	
	الشريحة رقم (62)	ابدأ في عرض الشريحة رقم (62) لتبين (شروط التعاقد ونظم تسليم المنتجات)	
	الشريحة رقم (63)	أعرض الشريحة رقم (63) بحيث تبرز منها مفهوم (سياسات التمويل والائتمان).	
	الشريحة رقم (64)	ابدأ في عرض الشريحة رقم (64) لتبين (الخدمات التي تقدمها الشركة )	
	الشريحة رقم (65)	أعرض الشريحة رقم (65) بحيث توضح منها مفهوم (معلومات عن المنافسة)	
	الشريحة رقم (66)	قم بشرح مفهوم (معلومات عن التسويق) في شريحة رقم (66)	
60د	الشريحة رقم (67)	قم بتوضيح مفهوم (معلومات عن الوضع العام للتعامل ) في الشريحة رقم (67)	2
	الشريحة رقم (68)	قم بعرض شريحة رقم (68) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (مصادر المعلومات البيعية)	
60د	الشريحة رقم (69-70-71-72-73-74-75-76-77-78-79)	قم بعرض الشريحة رقم (69-70-71-72-73-74-75-76-77-78-79) بحيث تبرز منها (مصادر المعلومات البيعية).	3
	الشريحة رقم (80)	قم بعرض شريحة رقم (80) تبرز منها عنوانها فقط (العملاء)	
	شريحة رقم (81-82)	قم بشرح مفهوم العملاء في شريحة رقم (81-82)	
	شريحة رقم (83-84-85-86)	قم بتوضيح (أهمية العملاء وأحتياجاتهم ) في شريحة رقم (83-84-85-86)	
	شريحة رقم (87-88)	قم بعرض شريحة رقم (87-88) بحيث تبرز منها مفهوم (كيف نحكم على العميل ونتعامل معه)	
	شريحة رقم (89)	قم بعرض شريحة رقم (89) بحيث توضح مفهوم (حدد شخصيته أولاً ..... حتى تكسبه)	
	شريحة رقم (90)	قم بشرح (كيف تحلل شخصية عميلك العزيز ) في شريحة رقم(90)	

شريعة رقم (91)	• قم بعرض شريعة رقم (91) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (أنواع العملاء )
شريعة رقم (92)	• قم بعرض شريعة رقم (92) تبرز منها مفهوم (العميل الصامت)
شريعة رقم (93)	• قم بتوضيح مفهوم (العميل الثثار) في شريعة رقم (93)
شريعة رقم (94-95-96)	• قم بشرح مفهوم ومميزات وكيفية التعامل مع (العميل المجادل ) في الشريعة رقم (94)
شريعة رقم (97)	• قم بتوضيح مفهوم (العميل المتشكك) في شريعة رقم (97)
شريعة رقم (98-99-100)	• قم بشرح مفهوم وصفات وماذا يحتاج (العميل المتردد) في الشريعة رقم (100-99-98)
شريعة رقم (101)	• قم بعرض الشريعة رقم (101) بحيث تبرز منها صفات (العميل المماطل المسوف)
شريعة رقم (102)	• وضح مفهوم وصفات (العميل العصبي) في شريعة رقم (102)
شريعة رقم (103-104)	• قم بتوضيح صفات (العميل المندفع) وكيفية التعامل معه في شريعة رقم (104-103)
شريعة رقم (105)	• قم بتوضيح مفهوم (العميل المعوق) في الشريعة رقم (105)
شريعة رقم (106)	• قم بتوضيح صفات (العميل الذي يرغب في معاملة خاصة ) في الشريعة رقم (106)
شريعة رقم (107)	• قم بعرض شريعة رقم (107) تشرح فيها مفهوم (العميل المغرور)
شريعة رقم (108)	• اشرح مهام (العميل الطامع) في الشريعة رقم (108)
شريعة رقم (109)	• قم بعرض شريعة رقم (109) تشرح فيها مفهوم (العميل الكاذب)
شريعة رقم (110)	• قم بشرح صفات (العميل المتعجل) في شريعة رقم (110)
شريعة رقم (111)	• وضح مفهوم (العميل خشن المعاملة) في الشريعة رقم (111)
شريعة رقم (112)	• قم بعرض الشريعة رقم (112) تبرز منها مفهوم (العميل العليم بيواطن الأمور)
شريعة رقم (113)	• اشرح صفات (العميل الودود) في شريعة رقم (113)
شريعة رقم (114-115-116)	• قم بتوضيح مفهوم (العميل الايجابي) والصفات التي لاتعيب فيه ، في الشريعة رقم (116-115-114)
شريعة رقم (117)	• قم بعرض شريعة رقم (117) تبرز منها عنوانها فقط (كيف تبين للمرأة)
شريعة رقم (118)	• قم بتوضيح (كيفية البيع للمرأة) في شريعة رقم (118)
شريعة رقم (119-120)	• قم بشرح (خصائص المرأة الشرائية) في شريعة رقم (120-119)

120-

4



**الوحدة التدريبية الرابعة**  
( الزمن المتوقع لتنفيذها 300 دقيقة )

**عنوان الوحدة**

**المهارات الضرورية لمكالمة ناجحة**

**الموضوعات التي تتناولها الوحدة**

1. الاستماع .
2. أهمية الاستماع .
3. أنواع الاستماع .
4. عوائق الاستماع .
5. مهارات التحدث .
6. كيف تعرض منتجاتك على العملاء ؟
7. مداخل العرض البيع .

**أهداف الوحدة**

- التعرف علي عملية الاستماع وأهميتها وأنواعها وعوائقها .
- التعرف علي كيفية عرض المنتجات من خلال اكتساب مهارات التحدث .

## متطلبات تنفيذ الوحدة

- حاسوب – جهاز عرض البيانات – شاشة بيضاء .
- جهاز عرض الشفافيات .

جدول زمني مقترح لتنفيذ  
الوحدة الرابعة

الزمن المقترح	أسلوب التدريب المقترح	الإجراءات التدريبية
20 د	مناقشة جماعية – فردية	الاستماع .
30 د	مناقشة جماعية – فردية	أهمية الاستماع .
30 د	مناقشة جماعية – فردية	أنواع الاستماع .
50 د	مناقشة جماعية – فردية	عوائق الاستماع .
100 د	مناقشة جماعية – فردية	مهارات التحدث .
20 د	مناقشة جماعية – فردية	كيف تعرض منتجاتك على العملاء ؟
50 د	مناقشة جماعية – فردية	مداخل العرض البيع .
300 د	المجموع الكلي	

## آلية تنفيذ الوحدة الرابعة

الهدف الأول :

- التعرف عملية الاستماع بشكل كامل (اهميته – انواعه - عوائقه) .

الهدف الثاني :

- التعرف علي مهارات التحدث .

الهدف الثالث :

- التمكن من عرض المنتجات للعملاء .

ارشادات الاجابة علي الاسئلة  
والتطبيقات التي تضمنها دليل  
المتدرب



## العناصر اللفظية للاستماع VERBAL LISTENING

هناك بعض العناصر الملفوظة او المنطوقة والتي تؤثر على إمكانية الاستماع ومن هذه العناصر ما يلي :

- 1- الألفاظ والصيغات : إن الكلمات وطريقة صياغة الجملة وال فقرات لها تأثير على مدى فهم المستمع للرسالة او الموضوع الذي يتحدث فيه الراسل ، وكذا الحال فإن استخدام المصطلحات أو الكلمات الصعبة يجعل عملية الاستماع شاقة ، هذا من جانب المتحدث أما من جانب المسمتع فعليه ان يشجع المتحدث من خلال عبارات التشجيع وأصوات الترحيب بما يتم سماعه .
- 2- توجيه المناقشة : قد يخرج الحديث أحياناً إلى أمور هامشية وخارجية ، وقد يتطلب الأمر من المستمع أن يوجه ويركز المناقشة في الفكر الرئيسية ، فقد يقول المسمتع ويشجع المتحدث بقوله ( دعنا نركز على ... ) أو الا ترى أن ... هو أفضلها ) أو ( أعتقد ان اهتماماتنا المشتركة في ... ما رأيك ؟ )
- 3- التصرف العلمي: قد يستطرد المتحدث في الكلام دون الدخول في التطبيق أو في الحل وعلى المستمع أن يشجعه ببعض العبارات مثل ( ما رأيك في الحل ؟ ) ( ما الذي يجب أن نفعله ؟ ) أو ( ما هي الخطوات التالية ؟ )
- 4- الصوت : إذا استخدم المتحدث صوتاً منخفضاً جعل الاستماع عملية صعبة وإذا استخدم نبرة صوت دافئة للتعبير عن المشاعر الهادئة ، واستخدام نبرة صوت سعيدة للتعبير عن المشاعر السارة السريعة يمكن بذلك أن يعزز من المعاني التي يتحدث عنها .

## كيف تنمي مهارتك في الاستماع ...؟؟

لتحسين مهارتك في الاستماع عليك اتباع خطوة أو أكثر مما يلي :

- 1- راقب أسلوب المتحدث عن طريق سؤال نفسك ما الذي يعرفه المتحدث أكثر مما تعرفه أنت ؟
- 2- قم بتنحية شخصيتك جانبك وذلك حتى تقلل من تأثيرك العاطفي تجاه ما تم قوله ولكي تكون أكثر قدرة على سماع الرسالة كلها .
- 3- استمع إلى كل من الأفكار والحقائق وتعرف على الفرق بين الحقيقة - المبدأ وبين الفكرة - المثال وبين الأدلة - النقاش .
- 4- احتفظ بذهنك حاضراً أو اسأل بعض الأسئلة التي تساعدك على الفهم .
- 5- دون بعض الملاحظات المختصرة المركزة .
- 6- ابتعد عن التشتت في الفكر عن طريق إغلاق الأبواب والراديو والتلفزيون والاقتراب أكثر من المتحدث .
- 7- قم بمتابعة المتحدث عن طريق محاولة توقع ما سوف يتم قوله وعن طريق التفكير فيما تم قوله فعلاً .
- 8- استخدم المهارات التعبيرية لمساعدتك على التركيز مثل : النظرات والإشارات .
- 9- قم بتقييم ونقد محتوى الرسالة وليس المتحدث .
- 10- قم بزيادة مهارتك في الاستماع عن طريق سماع المحاضرات أو ما شابه ذلك .

## مهارات التحدث

**هناك خمسة طرق لتجعل تعبيراتك شيئاً مؤثراً :**

انت بلا شك مدرك لأهمية التعبير كأداة للتعامل مع العملاء وحتى تضمن نتيجة وشكل تعبيراتك وتقوى تأثيرها فيمن حولك فأنت مطالب بما يلي :

- 1- **اجعل تعبيراتك مرتبطة بالموضوع :** الذي تتحدث عنه وبقد منافع العميل فإذا كان سلوكك التعبيري غير مرتبط بالحديث فسوف بنصرف عنك العميل لتفسير هذا التفاوت .. ولا تنسى أن كلماتك عندما تخطئ في المقصود منها فإنك يمكنك أن تصححها ، إنما أنت لا ترى نفسك و أنت تتكلم وتفضحك تعبيراتك ولا يمكن أن تصححها .
- 2- **كن طبيعياً :** أي اجعل الجسم يعبر عنك أنت لأنه جسمك أنت .. فلا تكن رسمياً للغاية مع العملاء لأنهم يبحثون عن الألفة ولا تحاول أن تقلد بائع آخر لأنك ببساطة شخص آخر .
- 3- **اجعل من صوتك جسمك مرآة :** صادقة لأحاسيسك وكلما كنت شغوفاً بما تقدمه للآخرين كلما كنت مقنعاً لهم .. عبر عن مشاعرك بواسطة الكلمات والتعبيرات .
- 4- **أعد نفسك مقدماً :** اظهر دائماً بمظهر الخبير الواثق . فلا شيء يبهر العملاء أكثر من معلوماتك ومعرفتك بمفاهيم – وبخدمات مؤسستك وكلما أعددت نفسك جيداً فإنك تكون أكثر تواضعاً وأقل عصبية وكلما عرفت أكثر تكون كلماتك أكثر إتقاناً وتعبيراتك أكثر ثقة ومن ثم فإن مقابلتك للنقد بابتسامة الثقة تكون خير دليل على نجاحك .
- 5- **التدريب :** وخاصة في محيط عملك حيث إنه لا سبيل إلى التطوير دون ممارسة وتحسين فرص التدريب لتتعلم أكثر .



## تنفيذ اللقاءات التدريبية

## فعاليات التدريب

اسم الوحدة التدريبية : مهارات البيع.

الوقت	المرجع	توجيهات المدرب	م
20د	الشريعة رقم (121)	• أعرض الشريعة رقم (121) بحيث تبرز منها عنوان الوحدة التدريبية الرابعة.	1
	الشريعة رقم (122)	• قم بعرض شريعة رقم (122) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (الإستماع)	
	الشريعة رقم (123-124)	• اشرح مفهوم (هناك فرق بين السمع والاستماع) وماذا يقال فى شريعة رقم (123-124)	
30د	الشريعة رقم (125)	• قم بعرض شريعة رقم (125) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (أهمية الإستماع)	2
	الشريعة رقم (126-127-128)	• تابع (اهمية الإستماع) فى شريعة رقم (126-127-128)	
	الشريعة رقم (129)	• أعرض الشريعة رقم (129) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (عناصر الإستماع)	
	الشريعة رقم (130)	• قم بتوضيح (عناصر الإستماع) فى الشريعة رقم (130)	
	الشريعة رقم (131-132-133-134-135)	• قم بعرض شريعة رقم (131-132-133-134-135) بحيث تبرز منها مفهوم (العناصر اللفظية للإستماع)	
	الشريعة رقم (136)	• قم بعرض الشريعة رقم (136) تبرز منها عنوانها فقط (ماذا يحدث أثناء الاسماع)	
	الشريعة رقم (137)	• قم بعرض شريعة رقم (137) بحيث تبرز منها مفهوم (الاحساس)	
	الشريعة رقم (92)	• أعرض الشريعة رقم (138) بحيث تبرز منها مفهوم (التفسير)	
	الشريعة رقم (139)	• وضح مفهوم (التقييم) فى الشريعة رقم (139)	
	الشريعة رقم (140)	• اشرح مفهوم (التذكر) فى الشريعة رقم (140)	
الشريعة رقم (141)	• قم بعرض شريعة رقم (141) بحيث تبرز منها مفهوم (الاستجابة)		
الشريعة رقم (142)	• قم بعرض شريعة رقم (142) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (142)		
30د	الشريعة رقم (143)	• قم بتوضيح (انواع الاستماع) فى الشريعة رقم (143)	3



	الشريحة رقم (144)	• قم بعرض شريحة رقم (144) بحيث تبرز منها مفهوم (الاستماع إلى المحتوى)	
	الشريحة رقم (145)	• قم بعرض شريحة رقم (145) بحيث تبرز منها مفهوم (الاستماع الناقد)	
	الشريحة رقم (146)	• قم بشرح مفهوم (الاستماع إلى المشاعر) في الشريحة رقم (146)	
50	الشريحة رقم (147)	• قم بعرض شريحة رقم (147) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (عوائق الاستماع)	4
	الشريحة رقم (141)	• قم بعرض شريحة رقم (148) بحيث تقوم بشرح مفهوم (العوائق الذهنية)	
	الشريحة رقم (149)	• قم بشرح الشريحة رقم (149) بحيث تبرز منها مفهوم (عوائق مشاعرية)	
	الشريحة رقم (150)	• قم بتوضيح مفهوم (عوائق بيئية) في الشريحة رقم (150)	
	الشريحة رقم (151)	• وضح مفهوم (الاهتمام إلى محاولة السيطرة على الطرف الآخر) في الشريحة رقم (151)	
	الشريحة رقم (152)	• قم بعرض الشريحة رقم (152) بحيث تبرز منها مفهوم (الميل الدفاعي في الاستماع)	
	الشريحة رقم (153)	• قم بعرض الشريحة رقم (153) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (كيف تنمي مهارتك في الاستماع)	
	الشريحة رقم (154) -157-156-155 (158)	• اشرح كيف يتم تحسين مهارتك في الاستماع في الشريحة رقم (154-155-156-157-158)	
الشريحة رقم (159) -162-161-160 (163)	• قم بعرض شريحة رقم (159-160-161-162-163) وقم بتوضيح النصائح التي تعينك على أن تكون مستمعاً جيداً		
100	الشريحة رقم (164)	• قم بعرض شريحة رقم (164) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (مهارات التحدث)	5
	الشريحة رقم (165)	• قم بتوضيح (كيف تقوم {how} وليس ماذا تقوم {what} ) في الشريحة رقم (165)	
	الشريحة رقم (166)	• تابع (كيف تقوم {how} وليس ماذا تقوم {what} ) في الشريحة رقم (166)	
	الشريحة رقم (167)	• قم بتوضيح (طرق أداء مهارات إعادة ترتيب الكلمات) في الشريحة رقم (167)	
	الشريحة رقم (168)	• قم بعرض شريحة تبرز منها مفهوم (تحويل الأسئلة إلى جملة	

		اثباتية في أحيان أخرى)	
	الشريحة رقم (169)	• قم بشرح مفهوم (أضف أو احذف بعض الكلمات) في الشريحة رقم (169)	
	الشريحة رقم (170)	• قم بعرض شريحة رقم (170) بحيث تبرز منها مفهوم (استخدام الأساليب السابقة مجتمعة )	
	الشريحة رقم (171)	• قم بشرح مفهوم (رسالة {أنا} مقابل {أنت}) في الشريحة رقم (171)	
	الشريحة رقم (172-173-174-175)	• تابع مفهوم (طرق أداء مهارة إعادة ترتيب الكلمات) في لاشريحة رقم (172-173-174-175)	
	الشريحة رقم (176)	• قم بعرض شريحة رقم (176) بحيث تبرز منها مفهوم (التعبير . أداتك لقلب العميل)	
	الشريحة رقم (177-178)	• تابع مفهوم (التعبير. أداتك لقلب العميل) في الشريحة رقم (177-178)	
	الشريحة رقم (179)	• قم بتوضيح مفهوم (أدوات التعبير) في الشريحة رقم (179)	
	الشريحة رقم (180)	• قم بشرح مفهوم (الافعال دائماً أقوى من الكلمات) في لاشريحة رقم (180)	
	الشريحة رقم (181)	• تابع مفهوم (الافعال دائماً أقوى من الكلمات) في الشريحة رقم (181)	
	الشريحة رقم (182-183)	• قم بعرض شريحة رقم (182-183) تقوم فيها بشرح (الخمس طرق لتجعل تعبيراتك شيئاً مؤثراً)	
	الشريحة رقم (184)	• قم بعرض شريحة رقم (184) بحيث تبرز منها (نصائح لإتقان مهارة التحدث عن طريق التعرف على بعض الإخطاء اللفظية)	
	الشريحة رقم (185-186-188)	• تابع مفهوم (نصائح لإتقان مهارة التحدث عن طريق التعرف على بعض الإخطاء اللفظية )	
20	الشريحة رقم (189)	• قم بعرض الشريحة رقم (189) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (كيف تعرض منتجاتك على العميل )	6
	الشريحة رقم (190)	• قم بتوضيح مفهوم (كيف تعرض منتجاتك على العملاء) في الشريحة رقم (190)	
	الشريحة رقم (191-192)	• تابع مفهوم (كيف تعرض منتجاتك على العملاء) في الشريحة رقم (191-192)	
50	الشريحة رقم (193)	• قم بعرض شريحة رقم (193) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (مداخل العرض البيع )	7
	الشريحة رقم (194)	• قم بشرح مفهوم (أهم المداخل الشائعة في العرض البيعى) في الشريحة رقم (194)	

الشريعة رقم (195)	• تابع مفهوم (أهم المداخل الشائعة في العرض البيعي) في الشريعة رقم (195)
الشريعة رقم (196)	• قم بعرض شريعة رقم (196) بحيث تبرز فيها (مميزات المدخل )
الشريعة رقم (197)	• قم بعرض شريعة رقم (197) بحيث تبرز فيها (عيوب المدخل )
الشريعة رقم (198)	• تابع مفهوم (أهم المداخل الشائعة في العرض البيعي ) في شريعة رقم (198)
الشريعة رقم (199)	• قم بعرض شريعة رقم (199) بحيث تبرز منها مفهوم (مراحل تطور الحالة العقلية للمستهلك
الشريعة رقم (200)	• تابع مفهوم (مراحل تطوير الحالة العقلية للمستهلك) في الشريعة رقم (200)
الشريعة رقم (201)	• قم بعرض شريعة رقم (201) بحيث تبرز منها مفهوم (اكتساب ميل العميل لقضيتك)
الشريعة رقم (202)	• قم بعرض شريعة رقم (202) بحيث تبرز فيها مفهوم (الرغبة في أن تشتري)
الشريعة رقم (203)	• قم بشرح مفهوم (أدفعه لاتخاذ القرار في صالحك) في شريعة رقم (203)
الشريعة رقم (204)	• قم بعرض شريعة تبرز فيها مفهوم (المدخل الشائعة في العرض البيعي ) في الشريعة رقم (204)
الشريعة رقم (205)	• قم بعرض شريعة رقم (205) بحيث تبرز فيها مفهوم (هناك مدخلان متكاملان)
الشريعة رقم (206)	• قم بشرح ما الذي يتطلبه هذا المدخل في الشريعة رقم (206)
الشريعة رقم (207)	• تابع مفهوم (يتطلب هذا المدخل ) في الشريعة رقم (207)
الشريعة رقم (208)	• قم بعرض شريعة رقم (208) بحيث تبرز منها الذي (يتميز به هذا المدخل)
الشريعة رقم (209-210)	• تابع مفهوم (أهم المداخل الشائعة في العرض البيعي ) في الشريعة رقم (209-210)
الشريعة رقم (203)	•

**الوحدة التدريبية الخامسة**  
( الزمن المتوقع لتنفيذها 300 دقيقة )

عنوان الوحدة

اعتراضات العملاء

الموضوعات التي تتناولها الوحدة

- اعتراضات العملاء .
- أنواع الاعتراضات .
- كيفية مواجهة تلك الاعتراضات وحلها .
- المبادئ العامة لمعالجة الاعتراضات .
- خطوات التعامل مع اعتراضات العميل .

أهداف الوحدة

- إكتشاف طبيعة اعتراضات العملاء وأنواعها .
- التعرف عليطرق مواجهة اعتراضات العملاء .
- أكتشاف مبادئ وخطوات معالجة اعتراضات العملاء .

متطلبات تنفيذ الوحدة

- حاسوب – جهاز عرض البيانات – شاشة بيضاء .
- جهاز عرض الشفافيات .

جدول زمني مقترح لتنفيذ  
الوحدة الخامسة

الزمن المقترح	أسلوب التدريب المقترح	الإجراءات التدريبية
30 د	مناقشة جماعية – فردية	اعتراضات العملاء .
90 د	مناقشة جماعية – فردية	أنواع الاعتراضات .
50 د	مناقشة جماعية – فردية	كيفية مواجهة تلك الاعتراضات وحلها .
80 د	مناقشة جماعية – فردية	المبادئ العامة لمعالجة الاعتراضات .
50 د	مناقشة جماعية – فردية	خطوات التعامل مع اعتراضات العميل .
300 د	<b>المجموع الكلي</b>	

آلية تنفيذ الوحدة الخامسة

**الهدف الأول :**

- التعرف علي اعتراضات العملاء وانواعها .

**الهدف الثاني :**

- إكتشاف سبل مواجهة اعتراضات العملاء .

**الهدف الثالث :**

- التعرف على المبادئ العامة لمعالجة هذه الاخطاء .

**الهدف الرابع :**

- إكتشاف خطوات التعامل مع اعتراضات العميل .

ارشادات الاجابة علي الاسئلة  
والتطبيقات التي تضمنها دليل  
المتدرب



## كيفية مواجهة تلك الاعتراضات وحلها

**إن هناك سبعة استراتيجيات مختلفة يستطيع رجل البيع من خلالها ان يتغلب على الاعتراضات وتشمل تلك الاستراتيجيات :**

- 1- عدم الاهتمام بالاعتراضات ( تجنب تلك الاعتراضات ) فأبسط الطرق التي يمكن من خلالها القضاء على الاعتراضات البيعية هي محاولة تجنب تلك الاعتراضات من البداية أي اللجوء إلى الأسلوب الوقائي .
- 2- ترك الأمور للوقت عندما يتناول اي فرد كوباً من الشاي ويجده ساخناً فإنه ينتظره حتى يهدأ وكذلك بالنسبة لتلك الاستراتيجية فإن رجل البيع يمكنه ترك العميل حتى يهدأ ومن ثم يمكنه حل مشاكله ومواجهة اعتراضاته .
- 3- تحديد العائد لكل من الطرفين من خلال تلك الاستراتيجية يمكن التغلب على الكثير من الاعتراضات ، حيث يتم مسبقاً تحديد العائد الذي يعمل عليه كل منهما وذلك إذا تمت عملية البيع .
- 4- التوافق مع الظروف السائدة من خلال قدرة البائع على مجارة الظروف السائدة والتي تناسب العميل المرتقب يمكن التغلب على الكثير من الاعتراضات التي يمكن أن تواجه عملية البيع .
- 5- تحديد السعر من البداية وكذلك تحديد المسموحات من خلال هذا الأسلوب يتم منع الاعتراضات منذ البداية ومن ثم تقلل الجهود التي يبذلها كل منهما لتقليل هذه الاعتراضات بعد ذلك .
- 6- أخذ آراء الآخرين في الاعتبار ومن خلال ذلك يتم الاتفاق الدائم بين كل من البائع والعميل فتقل الاعتراضات .
- 7- القاعدة الذهبية ، نعم .. ولكن وبها تتقبل مبدئياً رأي العميل ثم تبدأ في تغيير الزمان والمكان والعدد .. إلخ للفاك من الاعتراض .



## تنفيذ اللقاءات التدريبية



فعاليات التدريب

اسم الوحدة التدريبية : مهارات البيع .

الوقت	المرجع	توجيهات المدرب	م
30د	الشريعة رقم (211)	• أعرض الشريعة رقم (211) بحيث تبرز منها عنوان الوحدة التدريبية الخامسة .	1
	الشريعة رقم (212)	• قم بعرض شريعة رقم (212) تبرز منها عنوانها فقط (اعتراضات العملاء)	
	الشريعة رقم (213)	• قم بتوضيح مفهوم (اعتراضات العملاء) في الشريعة رقم (213)	
	الشريعة رقم (214)	• قم بعرض شريعة رقم (214) تبرز فيها مفهوم (وعليك أن تفرق بين)	
	الشريعة رقم (215)	• قم بشرح مفهوم (لماذا يعترض عميلك) في الشريعة رقم (215)	
	الشريعة رقم (216)	• تابع مفهوم (لماذا يعترض عميلك) في الشريعة رقم (216)	
10د	الشريعة رقم (217)	• قم بعرض شريعة رقم (217) تبرز منها عنوانها فقط (أنواع الاعتراضات)	
	الشريعة رقم (218)- (219)	• قم بتوضيح مفهوم (أنواع الاعتراضات) في الشريعة رقم (218-219)	
90د	الشريعة رقم (220)	• أعرض الشريعة رقم (220) بحيث توضح منها مفهوم (الاعتراضات الحقيقية)	2
	الشريعة رقم (221)	• تابع مفهوم (الاعتراضات الحقيقية) في الشريعة رقم (221)	
	الشريعة رقم (222)	• قم بعرض شريعة رقم (222) بحيث تبرز منها مفهوم (الاعتراضات غير الحقيقية)	
	الشريعة رقم (223)	• قم بعرض شريعة رقم (223) بحيث تبرز منها مفهوم (الاعتراضات الصريحة)	
	الشريعة رقم (224)	• قم بعرض الشريعة رقم (224) بحيث تعرض فيها مفهوم (الاعتراضات غير المعلنة)	
	الشريعة رقم (225)	• قم بشرح مفهوم (الاعتراضات الصامتة) في الشريعة رقم (225)	
	شريعة رقم (226)	• قم بعرض الشريعة رقم (226) بحيث تبرز فيها مفهوم (الاعتراضات العاطفية)	
	شريعة رقم (227)	• قم بتوضيح مفهوم (الاعتراضات الموجهة للسلع أو	

		الخدمات) فى الشريعة رقم (227)	
	شريعة رقم (228)	• قم بشرح مفهوم (الاعتراضات على إتخاذ القرار الشراني) فى الشريعة رقم (228)	
	شريعة رقم (229)	• قم بعرض الشريعة رقم (229) بحيث تبرز منها مفهوم (الاعتراضات الموجهة للمنتج ذاته أو رجل البيع بشخصة)	
	شريعة رقم (230)	• قم بشرح مفهوم (الاعتراض على السعر) فى الشريعة رقم (230)	
50	شريعة رقم (231)	• قم بعرض شريعة رقم (231) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (كيفية مواجهة تلك الاعتراضات وحلها)	3
	شريعة رقم (232)	• قم بتوضيح مفهوم (كيفية مواجهه تلك الاعتراضات) فى الشريعة رقم (232)	
	شريعة رقم (233-234)	• تابع مفهوم (كيفية مواجهة تلك الاعتراضات) فى الشريعة رقم (233-234-235)	
	شريعة رقم (236)	• قم بعرض شريعة رقم (236) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (المبادئ العامة لمعالجة الاعتراضات)	
80	شريعة رقم (237)	• قم بتوضيح مفهوم (المبادئ العامة لمعالجة الاعتراضات) فى الشريعة رقم (237)	4
	شريعة رقم (238)	• تابع مفهوم (المبادئ العامة لمعالجة الاعتراضات) فى الشريعة رقم (238)	
	شريعة رقم (239)	• قم بعرض شريعة رقم (239) بحيث تبرز منها مفهوم (اتخذ موقف المقنع )	
	شريعة رقم (240)	• قم بتوضيح مصطلح (اسمع) فى الشريعة (240)	
	شريعة رقم (241)	• قم بشرح مفهوم (احترمني أحترمك) فى الشريعة رقم (241)	
	شريعة رقم (242)	• قم بتوضيح مفهوم (كنت محترفاً فى العمل) فى الشريعة رقم (242)	
	شريعة رقم (243)	• قم بشرح مفهوم (استخدم لغة الدبلوماسية) فى الشريعة رقم (243)	
	شريعة رقم (244)	• قم بشرح مفهوم (كن متواضعاً) فى الشريعة رقم (244)	
	شريعة رقم (245)	• قم بعرض شريعة رقم (245) بحيث تبرز منها مفهوم (كن لبقاً)	
	شريعة رقم (246)	• قم بتوضيح مفهوم (ابحث عن مجالات الاتفاق) فى الشريعة رقم (246)	
شريعة رقم (247)	• تابع مفهوم (ابحث عن مجالات الاتفاق) فى الشريعة رقم (247)		

	شريحة رقم (248)	• قم بشرح مفهوم (ابعد عن الموضوعات الجدلية) في الشريحة رقم(248)	
	شريحة رقم (249)	• قم بعرض شريحة رقم (249) بحيث تبرز منها مفهوم (حدد الاعتراضات بوضوح)	
	شريحة رقم (250)	• قم بعرض شريحة رقم (250) بحيث تبرز منها مفهوم (إسأل دائماً)	
50	شريحة رقم (251)	• قم بعرض شريحة رقم (251) بحيث تبرز منها عنوانها فقط (خطوات التعامل مع اعتراضات العميل)	5
	شريحة رقم (252)	• تابع مفهوم (خطوات التعامل مع الاعتراضات العميل ) في شريحة رقم (252)	
	شريحة رقم (253)	• تابع مفهوم (خطوات التعامل مع الاعتراضات العميل ) في شريحة رقم (253)	
	شريحة رقم (254)	• تابع مفهوم (خطوات التعامل مع الاعتراضات العميل ) في شريحة رقم (254)	
	شريحة رقم (255)- (256)	• تابع مفهوم (خطوات التعامل مع الاعتراضات العميل ) في شريحة رقم (255-256)	

## اجابة الاختبار القبلي والبعدي

## 1- يعد الاتصال من خلال أجهزة الاعلام من أشكال الاتصال :

ج - الجماهيري .

## 2- تتكون دائرة الاتصال الفعال من أربعة عناصر هم :

- أ - طرفا الاتصال / المرسل والمستقبل .  
 ب - الرسالة .  
 ج - التغذية الراجعة .  
 د - الهدف والأثر .

## 3- تعدد مصادر المعلومات البيعية أذكر 4 مصادر مما تعرفه :

- 1- البرامج التدريبية البيعية .
- 2- سجلات الشركات .
- 3- الإعلانات .
- 4- نتائج التجارب والاختبارات والبحوث السابقة .
- 5- العروض التجارية .
- 6- العملاء .
- 7- النشرات الدورية والأدلة التجارية .
- 8- نظام المعلومات بالشركة .
- 9- المؤسسات العلمية .
- 10- متابعة الأحداث الجارية .

## 4- أذكر نمط العميل الذي يقاطع البائع دائماً ، منخفض الذكاء ، سلبي وسهل الغضب :

ب - العميل المجادل .

## 5- العميل الإيجابي من وجهة نظرك هو عميل :

- أ - واضح وينتقد بشدة .  
 ب - مماطل في إنهاء العملية البيعية .  
 ج - مبالغاً في توقعاته من مؤسستك  
 د - جاد يتعامل بمنطق العقلانية .

## 6- الاعتراضات المتعلقة بقصور إمكانيات التشغيل تعد من أنواع الاعتراضات :

ب - غير المعلنة .