

الدكتور غياث الترحمان

البيع الشخصي

العملية البيعية: بناء المعرفة والمهارات

Personal Selling

Sales Process: Building Knowledge and skills



دار الحكمة للنشر والتوزيع

المحتويات

الصفحة	الموضوع	الفصل
13	المقدمة	
17	طبيعة ومفهوم البيع الشخصي	الفصل الأول
19	الترويج والبيع الشخصي	
22	البيع الشخصي	
25	واجبات، صفات ومهارات مندوب المبيعات	
26	أهداف البيع الشخصي	
27	أنواع وظائف البيع	
30	استثمار تكنولوجيا المعلومات في العمل البيعي	
38	إدارة الوقت، كجزء مهم من الإدارة الذاتية	
47	البيع الشخصي، وإدارة علاقة العميل	
48	مبادئ العلاقة البيعية	
55	العملية البيعية	
71	الإعداد والتحضير للمقابلة البيعية	الفصل الثاني
73	قبل الإعداد والتحضير للمقابلة البيعية	
95	الإعداد والتحضير للمقابلة البيعية	
98	المرحلة الأولى: تحديد هدف المقابلة البيعية	
99	المرحلة الثانية: البحث عن العملاء المحتملين	
	المرحلة الثالثة: تحليل العملاء وتحديد طبيعة المعلومات المطلوبة	
118	المطلوبة	
127	المرحلة الرابعة: الإعداد النهائي لبدء المقابلة	

128 أسئلة
129 حالات عملية

133 التمهيد **الفصل الثالث**

137 خطوات عملية في التمهيد
	الخطوة الأولى: الحصول على موعد (أو التمكن من الدخول
138 إلى مكتب العميل المحتمل)
138 طرق الحصول على الزيارة
138 1- الرسالة
140 2- الزيارة المفاجئة
142 3- الهاتف
152 الخطوة الثانية: بناء علاقة صداقة (خلق الانسجام)
	الخطوة الثالثة: إثارة اهتمام العميل المحتمل حالما تبدأ المقابلة
162 البيعية
162 أساليب (إثارة الإهتمام) الأفتتاحية للقاء البيعي
167 أسئلة
169 حالات عملية

173 إدراك المشكلة **الفصل الرابع**

179 أسلوب النقاش
180 أهم نظريات اللقاء البيعي
183 أهمية الإدراك
190 دور الإدراك في عملية البيع
191 طرح الأسئلة في عملية الإدراك
195 الإنتقال من مرحلة التمهيد

202 أساليب طرح الأسئلة
203 عملية الاستجواب (طرح الأسئلة)
215 المتابعة وإعادة التوجيه لإنسياب المعلومات
217 التأكد من الفهم (الإستيعاب)
222 تأكيد المشكلة
226 مبدأ الفانوس
226 توجيهات إضافية حول الاستجواب (طرح الأسئلة)
232 أسئلة
235 حالات عملية

فصل الخامس العرض البيعي

241 العرض البيعي النموذجي
244 أسئلة العميل غير المذكورة
246 ورقة عمل تحليل المنتج
248 وسائل الإيضاح
256 اجعل نفسك مفهوماً
277 موقع التقديم للعرض البيعي
286 كمال العرض
289 تعرض العرض البيعي للمقاطعات
291 الزيارات المتعددة
293 سيكولوجية العرض
293 أنواع شخصيات العملاء وكيفية التعامل معها
296 إعادة عرض بيعي غير ناجح
303 أسئلة
305 حالات عملية
306 حالات عملية

313 **معالجة الاعتراضات** **الفصل السادس**

- 316 لماذا يواجه العملاء اعتراضات؟
- 318 التحضير والاستعداد لمواجهة الاعتراضات
- 320 تجاهل الاعتراض
- 322 توضيح الاعتراض
- 324 أنواع الاعتراضات
- 328 قواعد وتوقيت الرد على الاعتراض
- 330 تكتيكات معالجة الاعتراضات
- 344 استراتيجيات معالجة الاعتراضات
- كيفية التعامل مع اعتراضات أشكال مختلفة من شخصيات العملاء
- 372 أسئلة
- 379 حالات عملية
- 382 حالات عملية

391 **إنهاء عملية البيع** **الفصل السابع**

- 393 إنهاء عملية البيع/ الخرافات حولها والحاجة لها
- 399 متى يتم إنهاء عملية البيع؟
- 407 إنهاء عملية البيع التجريبي
- 408 مداخل (طرق) إنهاء عملية البيع
- 432 التعامل مع «لا»
- 434 الاتصالات المستقبلية
- 436 المغادرة والمتابعة
- 439 أسئلة
- 444 حالات عملية

الفصل الثامن	
متابعة العملاء بعد إنهاء البيع	
451
453	التسويق ما بعد البيع.....
454	التبادل الارتباطي.....
458	التبرير الفعلي للتسويق المرتكز على العلاقة الطويلة.....
460	فلسفة الشراكة الاستراتيجية والارتباط.....
467	مراحل تطوير العلاقة (الشراكة).....
470	أهمية وأنشطة مرحلة ما بعد البيع.....
470	تدعيم رضا العميل بعد إنهاء البيع.....
474	أنشطة التسويق ما بعد البيع.....
478	تقديم الخدمات للعملاء.....
481	أهمية تقديم خدمات ما بعد البيع.....
481	الأسباب التي تؤدي إلى خلق عميل غير راضٍ عن الشراء...
484	أهم خدمات ما بعد البيع.....
490	الإبقاء على اتصال مع العملاء.....
492	أسئلة.....
493	حالات عملية.....
499

المراجع