

الشركة المثالية

إنه وفي عملية البيع وترويج المبيعات فإن رجل المبيعات يكون عادة - وأكثر من أي مهنة أخرى - معروفاً بالشركة التي يعمل من أجلها .

وهذا يعني أن البيع المثالي يبدأ عندما تبدأ في البحث عن وظيفة مع شركة من الأفضل لك أن تكون شركة مثالية .

وتستطيع أن تحصل على وظيفة رجل مبيعات ، أو أن تبدأ بشيء أقل من هذا كمبتدئ يملئ عليه عدم خبرته هذه البداية ، أو تملي عليك ظروفك الاقتصادية هذا الأمر .

ومع ذلك وفي كل من الحالتين ، تظل الشركة التي تعمل معها هي العامل المؤثر في أشياء كثيرة ، وبالتالي فإن لم تحصل على تلك الشركة استمر في البحث إلى أن تلتحق بالشركة التي ينطبق عليها وصف الشركة المثالية .

وعندما تبحث عن شركة من شأنها أن تمكنك من أن تقوم بعملية البيع المثالي ، فإن هناك بعض العوامل التي ينبغي أن تتوفر للشركة ومنتجاتها مثل :

* ما الذي يجعل الشركة مثالية؟

لكي لتعرف على الشركة المثالية وتحدد عليك أن تسأل نفسك هل يمكنك أن تشتري هذه الشركة إذا كانت لديك المقدرة الاقتصادية؟ وهذا السؤال في حد ذاته والإجابة عليه تؤدي إلي الإجابة على السؤال الخاص بمدى الفائدة التي تحققها من الالتحاق بهذه الشركة؛ فهل من الصواب الإقدام على ذلك أم لا؟

وهنا عليك أن تسأل نفسك في الواقع عدة أسئلة مثل :

* هل لدى الشركة سمعة طيبة من حيث جودة المنتجات أو الخدمات التي تقدمها؟ . . فلا بد أن يكون للشركة اسم جيد في السوق في مجال عملها . بحيث يفتخر كل من يعمل بها حين يقول للآخرين نعم أنا أعمل لشركة كذا .

* هل تتصف معاملات الشركة بالأمانة؟ لا بد أن تكون هذه الصفة حاضرة على كافة مستويات الإدارة والمعاملات من الصغير للكبير في هذه الشركة ، فلا بد أن يتصف جميع العاملين بها بالأمانة سواء على مستوى تعاملاتهم مع الزبون المحلي داخلياً أو الزبون الخارجي .

حيث إن الشركة التي تشجع أي معاملات تتسم بعدم الأمانة من شأنها أن ألا تكون أمينة في معاملاتها معك أنت ، وبأشكال متعددة تحرمك من جهودك وثمره عملك .

* هل تقدم هذه الشركة منتجات ذات جودة عالية؟ علماً بأن المنتجات ذات الجودة المعقولة ليس بشرط أن تكون على قدر كبير من الفخامة ، وهي في الوقت نفسه أسهل في عملية ترويجها .

* هل تلاحظ وجود الحافز القوي والدافعية لدى العاملين بالشركة؟

إن الملاحظات التي ينبغي وأن تنتبه إليها داخلياً وخارجياً في أداء العاملين بالشركة تتجسد في الكثير من النواحي بما في ذلك انطباعك عن العاملين في قسم الاستقبال بالشركة وحتى في نظافة دورات المياه من عدمها . . وكذلك مدى ترحيب العاملين بالاستقبال بالزبائن وأداء جهاز السكرتارية . . . عليك أيضاً أن تلاحظ مدى الإيماءات المعبرة عن احترام العاملين في الشركة لبعضهم البعض .

* هل تعتبر هذه الشركة ناجحة؟ إن النجاح له طريقه ،

قيامك بمهمة البيع وترويج المبيعات لشركة ناجحة يعطي مسؤول المبيعات دفعة هائلة . وهذا النجاح يعني ضمناً أن منتجات هذه الشركة قابلة للبيع .

* هل تقدم هذه الشركة مكافآت عادلة لرجال المبيعات الذين يقومون بالعمل بها؟ إن الأفكار في هذا المجال تختلف ، ولكن الشركة التي تقدم راتباً كافياً يغطي خروجك ونشاطك خارج الشركة من أجل العمل بالإضافة إلى حوافز على الأداء المتميز ودون حدود لا يمكن تخطيها ، فهذا يعني أن اختيارك لمثل هذه الشركة هو اختيار صائب .

* هل هذه الوظيفة هي الوظيفة التي تريدها لنفسك؟

والآن عليك أن تنظر بعين الاعتبار للعوامل الذاتية ، وهنا عليك أن تسأل نفسك ما هي المنتجات التي ترى أنها تعطيك المتعة في بيعها والترويج لها؟ ثم أجب عن السؤال التالي : هل تمكنك خلفيتك وتعليمك وخبرتك من أن تباع هذا المنتج أو ذاك بدرجة عالية من الكفاءة؟

وعليك وأنت تجيب على مثل هذه الأسئلة أن تتسم بقدر من المرونة ، بمعنى أن تقوم مثلاً بوضع قائمة من حيث

تفضيلك للمنتجات التي تريد أن تقوم ببيعها والترويج لها . . بحيث تكون في نطاق يبدأ من «نعم أستطيع أن أتحمل عملية بيع هذا المنتج» إلى أن تصل إلى ذلك المنتج الذي تريد بيعه والترويج له إلى المنتج الذي تكون في غاية الحماس والحب والشغف عند بيعه والترويج له .

كذلك سل نفسك الأسئلة التالية : وهل تستمتع أكثر بأن تتقلد منصب في شركة كبيرة متعددة الجنسيات بكل ما يتضمنه ذلك من مميزات العمل في مثل هذه الشركات أم أنك تفضل شركة أصغر حيث يمكن أن تظهر مساهمتك بشكل واضح وتُقدر بشكل أكبر؟ هل تحب أن تعمل في شركة توفر لك فرصاً للسفر أو تفضل هذه الشركة التي تجعل عملك قريباً من بيتك؟

وبكلمات أخرى هل يمكنك التكيف مع عملية الانتقالات الكثيرة خاصة وأن ذلك يتطلب النظر في شؤون من يتبعونك كالأسرة والأصدقاء وتعليم الأطفال؟ . .

إن الإجابة على هذه الأسئلة المتعلقة بالمعايير الذاتية والشخصية من شأنها أن تؤثر على راحتك أثناء العمل ، ولها علاقة مباشرة ليس فقط على سعادتك الشخصية بل على

أدائك في العمل وقدرتك من عدمها على تقديم خدمات البيع المثالي .

ومن الممكن بالطبع أن تطرح على نفسك أسئلة شخصية وذاتية أخرى تعتبرها هامة ولم ترد في الأسئلة المذكورة أعلاه . فكل هذه الأسئلة في غاية الأهمية في عملية تقييم الشركة التي تختار العمل بها . . . عليك بالطبع أن تستهدف الشركة الأنسب من حيث توافق العمل بها مع أغلب أو أهم إجابات الأسئلة التي تطرحها على نفسك .

عملية البحث عن الشركة المثالية:

عندما تصل إلى فكرة عامة عن ملامح تلك الشركة التي تود أن تجدها وتلتحق بالعمل بها فإن عليك أن تبدأ في عملية البحث عنها ، وهنا عليك الرجوع إلى المكتبات العامة ، وسجل معلومات الشركات وكل المصادر التي تمكنك من الحصول على معلومات دقيقة عن الشركات التي تتصف بالملامح التي تبحث عنها . . . ويمكنك أن تعرف الكثير عن الشركة . . . وكذلك عليك أن تحاول مقابلة بعض رجال المبيعات لتسألهم بعض الأسئلة عن شروط العمل والتدريب . . . فإذا رأيت منهم ما يشير إلى

أنهم يتحدثون مثلاً كاللصوص التي تظهر في مسلسلات التلفاز أو إلى ما أشبه ذلك فإن عليك أن تعرف الكثير عن الشركة وطبيعة العمل فيها .

لا تستقر إلا في شركة مثالية :

عندما تكون الظروف صعبة- خاصة إذا لم يكن لديك خبرة أو لديك خبرة قليلة في مجال المبيعات - فإنه يجوز هنا بطبيعة الحال أن تقبل وظيفة المبيعات في شركة متواضعة ، و عليك أن تنتهز فرصاً مثل هذه فهي تعتبر أفضل عرض ممكن بالنسبة لك في تلك الظروف ، و عليك التمسك بها إذا كنت بالفعل تعمل بمثل هذه الشركة المتواضعة ، ولكن النصيحة هنا : ليس لك أبداً أن تستغل فترة عملك بها لاكتساب الخبرة وزيادتها حتى على المستوى الشخصي .

المنتج المثالي

إن المنتج هو الرباط الذي يربط بينك وبين زبونك ، وإذا كان البيع مثالياً ، فلا بد أن يكون المنتج مثالياً في المقام الأول . والمقصود هنا بالمثالية أن تكون على مستوى الأطراف كلها .

إن المنتج هو عنصر من عناصر عملية البيع وأنت تستطيع الوصول إلى المنتج المثالي باختيارك للشركة .

وإنه لمن الواضح أنك سوف تميل إلى اختيار مجال يناسبك وإلى شركة تتناسب منتجاتها مع خبرتك وخلفيتك ، وعليك - وأنت في هذا السعي أن تتأكد - من أن المنتج أو الخدمة التي تتعامل بها مع الشركة التي اخترتها هو منتج أو خدمة قابلة للبيع ، وقد يبدو هذا الأمر بديهياً ، ولكن العالم مليء بشركات تنتج أشياء لا يحتاجها كثير من الناس ، وقد يكون لها طرق خاصة في ترويج تلك المنتجات . . . وصحيح أن البائع الجيد - وكما يقولون - يمكنه أن يبيع للإمبراطور حُلة (بدلة) لم يرها ، ولكن أن تتخذ وظيفة لك مع شركة تتطلب أن تقوم دائماً بمهمة «بيع الحلل للإمبراطور» وبشكل يكاد يكون يومياً ، ليس من النفع والحصافة لك بشيء في نهاية الأمر .

إن العالم - وكما يمتلك الكثير من الشركات - فإنه كذلك يمتلك عدداً كبيراً من البائعين المتميزين والذين يقعون ضحايا المنتج الذي يتعاملون معه بشكل أو بآخر؛ ولذلك تأكد بأن خطوتك ثابتة، وذلك باختيار نوع وأهمية المنتج الذي من المنتظر أن تباعه وتروج له . وعليك أن تحدد اختياراتك الأفضل لك في هذا المضمار فهل تفضل مثلاً بيع :

* الأشياء الملموسة مثل : (القهوة - المعدات - الآلات)؟

* الأشياء غير الملموسة مثل : (بيع بوليصة التأمين - كورسات تعليم وتدريب)؟

* منتجات غالية الثمن؟

* منتجات رخيصة الثمن؟

* منتجات صغيرة الحجم؟

*** المنتج الكبير قد يكون الأفضل :**

Big is Sometimes Beautiful

في معظم الحالات فإن عليك أن تباع أكثر من المنتجات ذات التكلفة الأقل حتى تحقق ربحاً ودخلاً يساوي الدخل

الذي قد تحصل عليه من بيع المنتجات ذات التكلفة الأكثر أو المنتجات الكبيرة. . . ولكن المشكلة قد تكمن هنا في محدودية الوقت المتاح لك؟ وهذا من شأنه أن يتسبب في ضعف الأداء وبالتالي يفرض هو الآخر قيوداً على ربحك ودخلك في نهاية الأمر.

إنه وفي كثير من الأحيان يكون من الأسهل أن تبيع منتجات غالية ذات تكلفة عالية (أو منتجات كبيرة الحجم) بدلاً من بيع المنتجات الرخيصة. كما أنه وفي حالة المنتجات الغالية الثمن فإنه من المعتاد أن يكون عملك بين نوعية معينة من الزبائن المتميزة التي تعتاد دفع أسعار عالية في منتجات فخمة ولديهم القدرة عادة على اتخاذ قرارات بدفع مبالغ كبيرة.

ربما أنت تقرأ هذه الفكرة قد لا تشعر حالياً بقدر الثقة المطلوبة للدخول في هذا السوق (سوق البضائع الغالية والزبائن القادرة) أي إنه لم تكتمل بعد لديك القدرة على بيع منتجات غالية الثمن، ولكن ما نقوله هنا هو أن عليك أن تكتسب ذلك من خلال استثمار أهم ما تملكه وهو نفسك (YOURSELF).

تجنب المنتج (المنهك):

Avoid the “Tired” Product.

عليك أن تستكشف مدة حياة المنتج على الرف . . أي هل له تاريخ في الأسواق منذ فترة طويلة؟ وهل إذا كان من نوع تلك المنتجات التي أصبحت معروفة في الأسواق لدرجة المعيارية، فهل هناك أي فرصة لتطوير مثل هذا المنتج والزج به بشكل جديد يستفيد من الاسم القديم له . . من هنا فإن عليك أن تفضل تلك الشركات التي يكون لديها قسم أبحاث وتطوير، أو برامج أبحاث وتطوير، فهي تلك الشركات التي تستمر في اتصالها الإيجابي مع المسؤولين عن البيع فيها للتعرف منهم على الحاجات الحقيقية للمستهلك وماذا يستجد في طلباته .

هل تشتري المنتج؟

Would You Buy the Product?

ضع نفسك في مكان الزبون المحتمل . . . تأكد من إعلانات الشركة وما يتعلق بها من معلومات بخصوص جودة المنتج ومحتواه، وكيف يُنظر للمنتج عن مقارنته

بالمنتجات الأخرى، وهل هو أفضل فعلاً عند المقارنات؟
وهل هناك منتجات كثيرة تنافسه . . ؟

استشر جودة المنتج **Feel the Quality**

افحص المنتج بنفسك وحدد ما هي ميزته ونوعيته مقارنة
بالجودة والسعر معاً؟ . . ما هي مميزاته وعيوبه؟

إذا كان هناك العديد من المنتجات، فهل تمت مراعاة
الزبون المستهدف بشكل ينم عن الاختيار الجيد أم أن مثل هذه
المنتجات قد جاءت من إدارة إنتاج بائسة؟ وهل ستشتري
المنتج بشيء من الثقة بمجرد أن يجيبك البائع على بعض
الأسئلة المحددة التي ترضيك إجابات محددة بخصوصها أم
الأمر خلاف ذلك؟

حدد اتجاه «رائحة الشواء» «Sizzle» **Identify the “Sizzle”**

إن النصيحة التي دائماً ما تُعطى للبائع هي: إن عليه أن
يبيع رائحة الكباب وليس «الكااب» ذاته .

(Sell the Sizzle, not the Sausage)

أي وبكلمات أخرى على البائع أن يبيع ما يمكن أن يفعله

المنتج لك أكثر من أن يتكلم عن ذات المنتج .

ابحث عن رائحة الشواء التي يمكنك أن توجه أنف الزبون لها عندما تباع المنتج أو عندما يُطلب منك بيعه ، ثم قم بعد ذلك بتحديد أهم ملمح للمنتج من شأنه وأن يثير رغبة وشهية المشتري ، أي ابحث عن هذه الأمور التي تجعل من المنتج فرصة لا يمكن أن تفوت من المشتري .

لا تتوقع من الشركة المسؤولة عن المنتج أن تكون قد حددت من تلقاء نفسها كل ما يتعلق «برائحة الشواء» أو كل ما يجعل المنتج صعب المقاومة . إننا نعلم هنا حالة ، على سبيل المثال لا الحصر ، حين اكتشف مدير المبيعات أن البائعين في حالة معنوية غير متحمسة وضعيفة فيما يتعلق ببيع أحد المنتجات ؛ لأنهم قد نُصحوا ببيعهم لنوعية من الزبائن لا تطلبه ، ولكن بمجرد أن أُشير عليهم بأن هناك نوعية أخرى من الزبائن سوف تُقبل على المنتج بصفة مبدئية فما كان لهم إلا أن أبدعوا وانطلقوا وصعد معدل المبيعات لهذا المنتج بشكل صاروخي .

القضية هنا أن عمل الشركة المنتجة له حدوده ، وعملية

البيع لها مجالاتها الواسعة بعد ذلك .

إنه لمن الطبيعي أن «يفي المنتج بوعوده» أي ينبغي أن يتم فهم المراد من إنتاجه بشكل جيد، وأن يصمم من أجل استهداف عملاء وزبائن لهم صفات محددة، وألا تكون عملية الإنتاج لمجرد تشغيل المصنع والمعدات واستغلال طاقتها .

إذا كان العملاء ومتطلباتهم وحاجاتهم تمثل أهم ما تسعى الشركة المنظمة إلى تحقيقه فإن الفرصة كبيرة لأن تجد ما تسعى إليه وهو «الشركة المثالية»، «المنتج المثالي» وهنا تكون قد حصلت على وظيفة «البائع المثالي» .