

يعتبر الهدف النهائي لعملية تفاوض المبيعات هو تحقيق أكبر المكاسب للبائع على المدى الطويل في ضوء أشباع احتياجات ورغبات وتفضيلات وتوقعات العملاء، مع العمل على تكرار ذلك في المستقبل مع ضمان أفضل الشروط لجميع أطراف العملية البيعية. وقد تأخذ عملية تفاوض المبيعات أشكالاً عدة: فمنها الشكل الرسمي المخطط مسبقاً، والشكل الرسمي المفاجئ وغير المتوقع. والشكل غير الرسمي في حالات أخرى. ويتناول هذا الفصل موضوع التفاوض في أحد مجالات الأعمال وهو التفاوض في مجال البيع، وذلك بهدف إكساب الطالب المهارات العملية والنظرية المتعلقة بهذا المجال. يعتمد التفاوض بشكل عام كما سبق وأن وضحنا في الفصول السابقة على الاتصال الهادف بين طرفين أو أكثر حول قضية معينة، بحيث يتم من خلاله عرض وتبادل وتقريب وجهات النظر باستخدام كافة أساليب الإقناع، على منفعة قائمة أو للحصول على منفعة جديدة. فالتفاوض هو سلوك طبيعي يستخدمه الشخص للتفاعل بيئته من خلال الاتصال مع المستمر بين طرفي التفاوض للوصول إلى اتفاق يحقق مصالحهم فالتفاوض هو الحل الوحيد لمعالجة عديد من القضايا المتنازع عليها. لإتمام عملية البيع بنجاح، وكجزء من التفاوض البيعي يقوم مسؤول المبيعات بالاتصال بشكل مباشر مع العملاء، وتقييم احتياجاتهم والتركيز على المزايا التي سيحصلون عليها نتيجة شرائهم للسلعة أو الخدمة، يتطلب نجاح التفاوض في مجال البيع إلمام المفاوض بمتطلبات يجب البناء عليها حتى يتمكن من الوصول إلى الهدف المنشود من عملية التفاوض، التفاوض الذي ستنتهجه في المفاوضات. ولا له يمكن أن يتحول إلى شخص متصلب الرأي في جلسة واحدة، 2- تحديد الهدف من التفاوض: يعتبر تحديد الأهداف التفاوضية في مفاوضات البيع أحد أهم المتطلبات للتفاوض، والتي يجب على المفاوض أو فريق التفاوض تحديدها بشكل واضح ومحدد وكامل مسبقاً قبل بدء التفاوض وعدم التركيز على السعر أو الكمية فقط. بينما يمثل السعر أهمية للمشتري. أرضية مشتركة للتفاوض والاتفاق. - أهمية العلاقات مع المشتري: تقييم العلاقات واستغلالها يسهل عملية التفاوض والوصول إلى اتفاق بين مختلف الأطراف، فإذا كانت العلاقات تمثل أهمية مع المشتري ( في حالة كونه واحد من أهم عملاء الشركة فيجب الحفاظ على هذه العلاقات يعتبر التعرف على أهداف الطرف الآخر من التفاوض أحد العوامل التي تعظم مكاسبك من التفاوض. الصفقات. 6- تحقيق مكسب لكل من البائع والمشتري: ذلك حالة من التوازن ما بين حاجات المشتري المتوقع وحاجات البائع الأمر الذي يحفز الطرفين للتوصل لإتفاق خوفاً 3/6 - التخطيط لمفاوضات البيع: وتبدأ هذه المراحل بالتخطيط لمفاوضات البيع. يساعد ذلك في تحقيق أفضل النتائج. أو تأجيلها أو الاستمرار فيها. ويقوم التخطيط لمفاوضات البيع بأهداف التفاوض واستراتيجياته وتكتيكاته وخطته وتحليل بيئة التفاوض وجمع المعلومات اللازمة وتحليل معمق لكل أطراف التفاوض ولكل القضاء التي سيتم التفاوض عليها وتجهيز كل مستلزمات خطوات التخطيط لمفاوضات البيع: 1- تحديد واضح للقضية التفاوضية: أو الجودة أو غير ذلك. حتى وإن تغيرت الظروف، أي نختار الاستراتيجية التي تحقق الهدف المنشود. شروط البيع. والمعلومات عن المنافسين. والمعلومات عن الاتجاهات الاقتصادية في المستقبل 5- تحديد أطراف التفاوض المباشرة وغير المباشرة: والأطراف المباشرة هي التي نتفاوض معها على مائدة التفاوض أم الأطراف غير المباشرة فهي المؤثرة على المفاوضات ولكن لا تكون على مائدة التفاوض. ومن الأهمية دراسة وتحديد تلك الأطراف التي يتم التفاوض معها وجمع المعلومات عنها وتحليلها، بالإضافة إلى تحديد الأطراف غير المباشرة والتي قد تكون جهات ضاغطة أو مؤثرة أو متخذة للقرار الشرائي، وتحديد تأثير كل طرف في التفاوض. 7- تحديد دقيق لموعد التفاوض بالتاريخ واليوم والساعة ومدة التفاوض. 8- تحديد دقيق للمكان الذي سيتم فيه التفاوض من حيث أسم البلد والمدينة والحي والشارع والمبنى والطابق والقاعة أو الغرفة. 10- مراجعة حجم الصلاحيات الممنوحة للتفاوض مع المشتري حتى لا نقدم تنازلات للطرف الذي نتفاوض معه ثم نكتشف بعد ذلك إنه لا يملك الصلاحيات الكافية للتوقيع على الاتفاق ومطلوب منا تقديم تنازلات أخرى قبل التوقيع النهائي مع الطرف صاحب الصلاحيات. الإعداد لمفاوضات المبيعات: يتم في هذه المرحلة التأكيد على مزايا المنتج أثناء عملية التفاوض من خلال التساؤل عن: الإعداد لتقديم العرض البيعي أثناء اللقاء بالمشتري المزايا والفوائد التي يحققها المنتج للمشتري، والتركيز على الميزات التي تتوفر في منتجك ولا تتوفر في المنتجات المنافسة، ● تحديد الحد الأدنى للسعر الذي لا يمكن القبول بأقل منه. بالإضافة إلى تحديد السعر العالي الذي لا يقبله المشتري واستخدامه عند الرغبة في إنهاء عملية. 1- التأكيد على مزايا المنتج أثناء عملية التفاوض: وذلك من خلال التساؤل عن هذه المزايا والفوائد التي يتمتع بها المنتج محل التفاوض. كيف سيحسن المنتج حال المشتري؟" على سبيل المثال هل سيقبل المنتج من الوقت الذي يستغرقه الإنتاج في المنشأة المشتري؟ مما سيتيح له المزيد من الوقت للقيام بأعمال أخرى أو ممارسة أنشطة أخرى أو أن المنتج أقل تكلفة من المنتجات المنافسة، وهذا يعني توفير المال. 2- اعرف ما يقدمه منافسيك: ركز على الميزات التي تتوفر في منتجك ولا تتوفر في

المنتجات المنافسة. فقد يكون المنتج المنافس أقل تكلفة. ولكن قد يكون منتجك أعلى جودة مما يعني متانة أعلى وعمر استخدامي أطول. لذا يجب إخبار المشتري بمدى التوفير في التكاليف الذي سيحققه نتيجة اختيار منتجك على المدى الطويل. - إعداد عرض المبيعات الملائم للمفاوضات السابقة للشركة طرح الأسئلة على المشتري لمعرفة المزيد عن احتياجاته و دوافعه، للحصول على المعلومات خطوات دراسة واستكشاف الشركة المشتري: 1- معرفة دوافع الشراء للشركة التي نتفاوض معها ، وذلك من خلال البحث عن الموقع الالكتروني للمشتري والاطلاع على المعلومات المنشورة فيه وكذلك المعلومات التي يمكن الحصول عليها من الأطراف التي مع تلك الشركة المشتري. 2- طرح الأسئلة على ممثل الشركة المشتري لمعرفة المزيد عن احتياجاته و دوافع. الشراء فبعض مفاوضات الشراء يتحدث عن مشكلته وهو بحاجة الى المساعدة في الاستشارة والتوجيه والبعض الآخر يعرف بالضبط ما يبحث عنه 3- دراسة شخصية مفاوضات الشراء : فإذا كان يرتدي ساعة يد ذات علامة تجارية مميزة فهذا مؤشر على اهتمامه بالمكانة الاجتماعية والتفاخر ، أولى للشركة المشتري. تخفيض في وبالنسبة لتحديد السعر لا نبدأ بالتنازل في تقديم تنازلات في السعر ، وإذا ، يتم ربط ذلك التخفيض بتقديم تنازل من المشتري في موضوع آخر. كما يتم مواجهة حجج نتوقف عن التفاوض والبدء مباشرة بعملية تنفيذها وبشكل سريع وبدون تردد ، العملاء المحتملين بطريقة إيجابية هادئة ومنفتحة وودية. وأخيراً عند اتمام الصفقة : ممكن 1- لا تقدم أول تنازل في موضوع يمثل أولوية أولى لك، ففي بعض الاحيان يطلب منك المشتري إعطائه أقل سعر لديك، المشتري، 2- عدم تخفيض السعر مقابل تقديم مزايا أخرى للمشتري : فبدلاً من تخفيض إضد السعر فلا تقدم أية مزايا أخرى. باعطاء المشتري مزايا مثل سنة خدمة د ن، فشعورك بالإحباط يجعل الوضع أسوء، ويزيد احتمالية فقدان فرصة البيع لشعور المشتري بالقلق، لذا يجب التعامل مع هذه الحجج بطريقة هادئة ومنفتحة وودية. 4- التوصل لإتفاق : عند التوصل لإتفاق إبدء مباشرة بعملية تنفيذ الصفقة وبشكل سريع وبدون تردد، انتبه للغة الجسد للمشتري فإذا رأيته يتململ أو لا يوجد لديه أسئلة أخرى فهذا دليل على أن لديه مـ من المعلومات وأنه على استعداد يجب الالتزام عند تنفيذ الاتفاق بكافة الشروط التي تم التوصل إليها مثل الوقت والمكان والشكل والكمية والطريقة التي تدت المشتري بها و كما هو متفق عليه. - المهارات المطلوبة لمفاوضات البيع: يحتاج من يقوم بالتفاوض في مجال المبيعات الى مهارات متقدمة لينجح في عملية التفاوض، ت- الصراحة. مستقل عاطفياً. أ- العنف. 10- الأسلوب الودود، ب- الاجتماعية. ث احترام الآخرين. ج - الطيبة. ح- الحلول الوسط. خ- يتعامل مع الزبائن كأنهم ضيوف. 4- تحديد نقاط الضعف في تكتيك التفاوض البيعي الذي تمارسه. 5- تدعيم نقاط القوة في تكتيك التفاوض البيعي الذي تمارسه. 6- معالجة نقاط الضعف في تكتيك التفاوض البيعي الذي تمارسه. لإتمام عملية البيع بنجاح، وتقييم احتياجاتهم والتركيز على المزايا التي سيحصلون عليها نتيجة شرائهم للسلعة أو الخدمة، 3/6 - متطلبات تفاوض البيع وتمثل أهم تلك المتطلبات فيما يلي: التفاوض الذي سنتنتجه في المفاوضات . فالشخص اللين سهل المراس الذي يفضل أسلوب التعاون والحل المشترك. علماً بأن أصحاب الشخصيات التنافسية أكثر قدرة على التفاوض من 2- تحديد الهدف من التفاوض: يعتبر تحديد الأهداف التفاوضية في مفاوضات البيع أحد أهم المتطلبات للتفاوض، 3- تحديد المعايير التي يسعى كل طرف لتحقيقها : يسعى كل طرف من أطراف التفاوض إلى تحقيق معايير معينة من المفاوضات في مجال البيع ، يركز على المتحدث يوجه الأسئلة يعيد صياغة ما تقول خطوات تنمية مهارات الإستماع الفعال 1- الاستماع أكثر ممن الحديث. 5- توجيه أسئلة للزبون المتوقع. 7- إعادة صياغة ما يقوله الزبون المتوقع. 8- تجنب مقاطعة الزبون المتوقع أثناء كلامه. 8/6 - الصبر في التفاوض : والصبر من السمات التي لا يمكن امتلاكها بسهولة خاصة في عصر الانترنت والتكنولوجيا والازدحام والتلوث والضغوطات المتزايدة. 5- ادارة الضغوط. 7 - ممارسة لغة البيع الاحترافية. 8- ممارسة التصرف بلباقة. 12- ممارسة الاتصال البصري الفاعل. المنافسين. وفيما مواصفات المستمع حيث يواجه مندوب المبيعات العديد من المواقف المستفزة والتي تحتاج منه الى صبر ليتمكن من انجاز الصفقة، الأمور. تنمية مهارات الصبر في التفاوض 2- سجل أسباب الغضب الذي تشعر به على فهذا يمكنك من اتخاذ رد فعل بديل. العميل". 8 - خطط لكيفية التعامل المثالي مع التصرفات المستفزة. 9 - مارس الابتسامة والضحك مما سيعود عليك بالشعور بالراحة. المصلحة من يعتبر لعب دور البائع الاستشاري من قبل مندوب المبيعات في عملية التفاوض البيعي ركن أساسي في كسب ثقة الزبون المتوقع، مما يترتب عليه سهولة التواصل والحوار مع الزبون وامكانية اقناعه بالصفقة ضمن شروط البيع المنصفة والمحقة لأهداف جميع أطراف عملية التفاوض. الخطوات القيام بدور البائع الاستشاري : طرح الأسئلة لبناء المصادقية. 4- تحديد احتياجات العميل 5- تحديد أولويات العميل 6- تقديم معلومات وافيه عن المنتج أو الخدمة. 7 - ربط المنتجات والخدمات باحتياجات العميل. 8- التعامل بفاعلية مع

اعتراضات العميل. 9 - الحصول على التزام شرائي لإتمام الصفقة. مع العميل. 10/6 - إدارة الحوار البيعي واقناع الطرف الآخر بحيث يتعاون الطرفان للوصول الى الحقيقة؛ ويعد الحوار مطلب إنساني يتم به إشباع حاجة كل الأطراف للاندماج والتواصل مع البيئة المحيطة. فبالحوار البيعي يتعرف الطرفان على ووجهات نظرهما بخصوص المنتج للحوار البيعي مجموعة من الأسس الواجب توافرها لينجح الحوار، وثاني هذه الأسس هو حسن الفهم لحجج الطرف الآخر وأدلتة وأقواله، ورابع هذه الأسس هو تحديد هدف الحوار وموضوعه والنتائج التي يودون الوصول إليها مرتبة بشكل متسلسل حسب الأهمية. بينما هناك مسائل غير محددة كثيرة يجوز فيها أكثر من رأي وبالتالي فهي مجال للجدل واختلاف وجهات النظر . 1- رغبة الطرفين المتحاورين في 3- الابتعاد عن التظاهر بالخبرة والمعرفة. 5- هدوء النفس، والمقدرة على التحكم في 6- عدم اتهام نوايا الآخرين أو الطعن في مقاصدهم. الغضب. 7- احترام الاختلاف وإدراك أن الخلاف طبيعة بشرية. خلداهم. 10- مناداة الطرف الآخر بما يحبه من أسماء والقاب. 2- تحديد المشتري المتوقع. 9- تقديم مفاوضات المبيعات نفسه للمنتوق الآخر. 10- فتح المجال لمفاوضات الشراء للتعريف بنفسه. 13- تقديم الفكرة المركزية. 14- الاتفاق مع . 15- قبول الرأي المخالف من مفاوضات الشراء. بيع 17- التنوع في سرعة الكلام. 18- التنوع في نغمة الصوت. 19- استخدام لغة ايجابية ملائمة. جسم 21- ممارسة الاستماع الفعال. 25- تجنب استخدام الصوت المرتفع. 26- استخدام الأدلة والحجج والبراهين مثل الاحصائيات ونتائج الابحاث. 28- التأكيد في الحديث على الافكار والعبارات المهمة. الإقناع في البيع : يقصد بالإقناع في البيع حث المشتري المتوقع على فهم وجهة نظرك وتأييدها وتبنيها على حساب وجهة نظره فيما يتعلق بالمعلومات أو الحقائق المرتبطة بالمنتجات أو الخدمات مدار الحوار، مما يقود في النهاية إلى كسبهم الى جانبك وشرائهم المنتج أو الخدمة، ولكي يكون الإقناع مؤثراً يجب أن يتوفر لدى مفاوضات المبيعات الثقة والمنطق والعاطفة خطوات إقناع العميل المتوقع: 1- خطط للاتصال بالعمل المتوقع. 3- ابدأ حديثك بالثناء علي مفاوضات الشراء وإظهار ثقتك في قدراته 4- أظهر قناعة عالية جداً بالمنتج أو الخدمة. 5- تعرف على المنتج أو الخدمة بشكل تفصيلي ودقيق. 6- ابدأ بنقاط الاتفاق وابتعد عن نطاق الخلاف. 7- استخدم ألفاظ الربط للانتقال من فكرة الى اخرى على سبيل المثال: بما أن، إذن، ويترتب على ذلك الخ ، فهذه الألفاظ تساهم في تأكيد معنى أولاً : اكتشاف أنواع الاعتراضات : عليك اتباع الخطوات الآتية لاكتشاف أنواع الاعتراضات: 1- تحديد فيما اذا كانت الاعتراضات حقيقية مثل : يجب عرض الموضوع على مدير الشركة. 2- تحديد فيما اذا كانت الاعتراضات حقيقية مثل: ماكنات التصوير لدينا لا تتعمل. 3- تحديد فيما اذا كانت الاعتراضات منطقية مثل: سيوفر علينا توقيع عقد الصيانة مقابل الصيانة عند الطلب؛ بأسعار المنافسين. ثانياً: استخدام أساليب تجنب الاعتراضات الشائعة 1- تعزيز الثقة بالنفس. 2- إبراز الثقة العالية بالمنتج والعمل. 4- عرض خيارات للدفع.