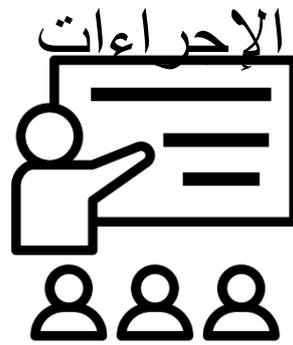


# مبيعات الخدمات – Services Sales

## قطاع الشحن



## قائمة المحتويات

الصفحة	البند
3.....	1. الاجتماع مع العميل.....
4.....	2. مخطط سير عمل الاجتماع مع العميل.....
5.....	3. المبيعات.....
6.....	4. إجراء المبيعات.....
7.....	5. تطوير خطة المبيعات.....
9.....	6. تصنيف العملاء.....
10.....	7. عقود مبيعات الخدمات.....
11.....	8. حوافز المبيعات.....

SSS-P1

رقم الإجراء:

الاجتماع مع العميل

اسم الإجراء:

### الهدف

يهدف هذا الإجراء إلى تحديد الخطوات التي يجب اتباعها من قبل مستشار المبيعات عند التعامل مع العملاء.

### الإجراءات

الخطوة	الوصف	الوثائق والأدوات المستخدمة	المسؤول
1.	تجهيز قائمة بأسماء العملاء المحتملين، يقوم مستشار المبيعات بالبحث عن الفرص و تحديد الشركات والأفراد المستهدفين من خلال الإعلانات أو قوائم الشركات أو من خلال المعارف أو الصحف اليومية والمجلات والتسويق عبر الهاتف (Telemarketing)		مستشار المبيعات
2.	تجهيز معلومات وافية عن العميل لتسهيل التعامل معه، و تحديد إذا كان هنالك أي سابق أعمال.		مستشار المبيعات
3.	يقوم مستشار المبيعات بالاجتماع مع العميل والترحيب به		مستشار المبيعات
4.	يقوم مستشار المبيعات بالاستماع باهتمام لمتطلبات العميل وطرح الأسئلة المناسبة والاقتراحات التي من شأنها تحقيق هذه المتطلبات		مستشار المبيعات
5.	يقوم مستشار المبيعات بأخذ كافة معلومات العميل وتسجيلها ضمن سجل معلومات العميل	سجل يتضمن بيانات العميل ومعلومات الاتصال	مستشار المبيعات
6.	يقوم مستشار المبيعات بعرض الخدمات المناسبة مع طرح الحلول والبدائل لتحقيق متطلبات العميل.		مستشار المبيعات
7.	في حال رغب العميل بالقيام بعملية الشراء، يبدأ مستشار المبيعات بعملية المبيعات (الإجراء التالي)		مستشار المبيعات
8.	في حال لم يرغب العميل بالشراء، يقوم موظف المبيعات بفهم الأسباب واستخدام سجل متابعات العملاء بهدف المتابعة الدورية مع العميل إن دعت الحاجة		مستشار المبيعات
9.	تحديث سجل المبيعات والزيارات اليومية		مدير المبيعات

# 1.SSM مخطط سير عمل الاجتماع مع العميل

المبيعات

مستشار مبيعات

استقبال العميل

فهم احتياجات العميل من  
خلال الاستماع وطرح الأسئلة

أخذ معلومات العميل

شرح الخدمات والمواصفات  
الفنية المتوفرة

رغبة في الشراء

لا

نعم

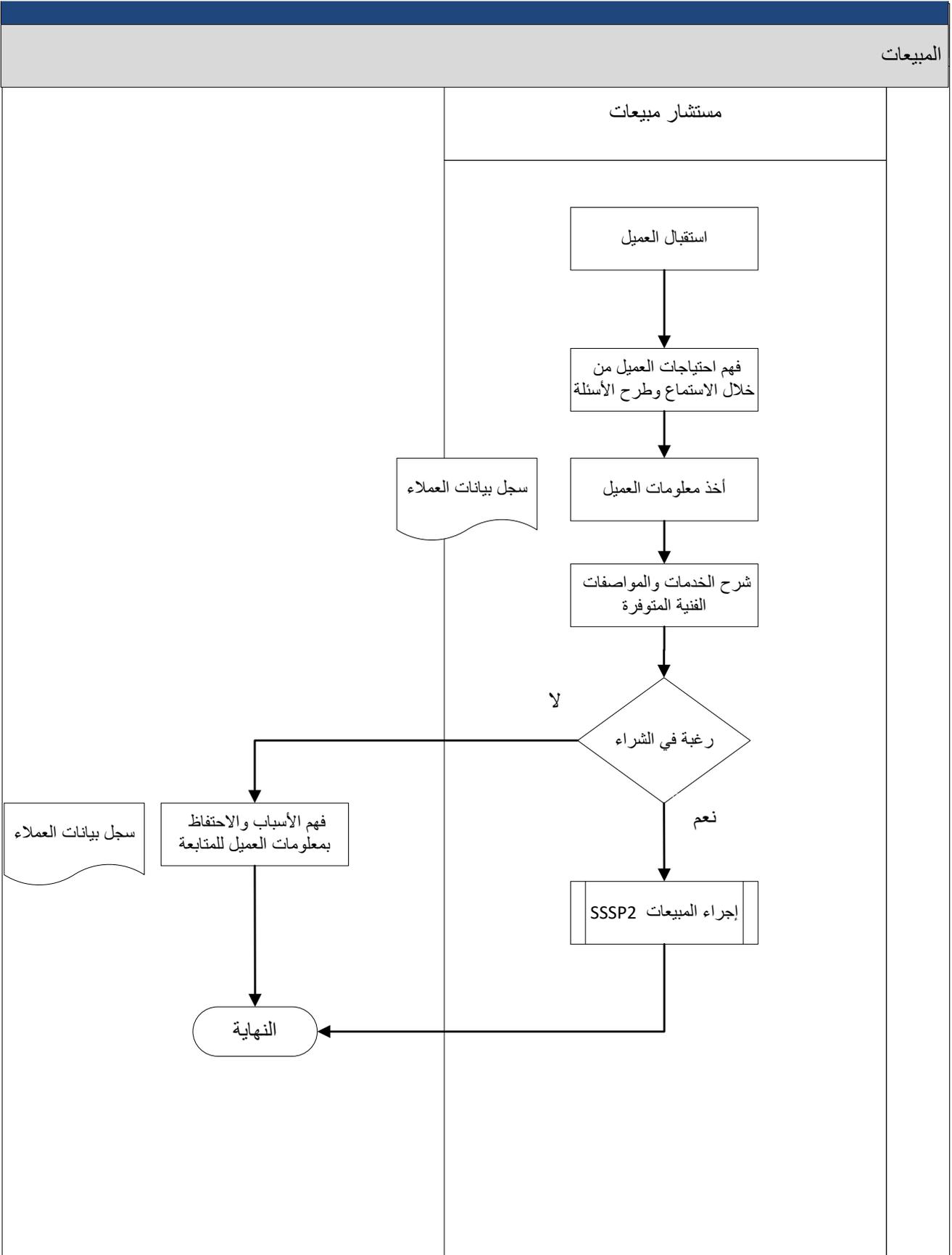
إجراء المبيعات SSSP2

سجل بيانات العملاء

سجل بيانات العملاء

فهم الأسباب والاحتفاظ  
بمعلومات العميل للمتابعة

النهاية



SSS-P2

رقم الإجراء:

المبيعات

اسم الإجراء:

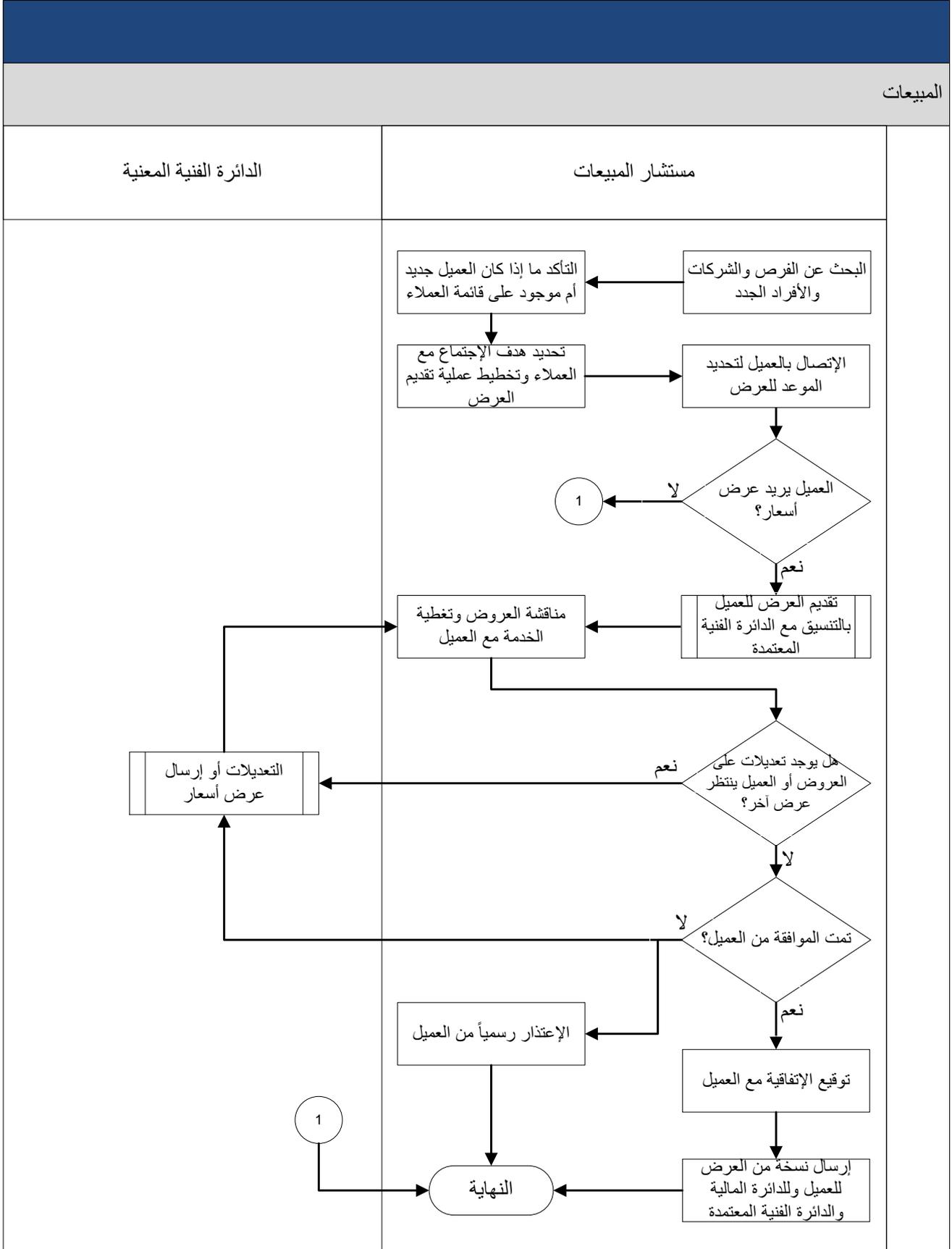
### الهدف

تحديد الآلية المثلى لتنفيذ عملية المبيعات بما يساهم في تحقيق الأهداف البيعية والقيام بالمهام المتعلقة بكفاءة.

### الإجراءات

الخطوة	الوصف	الوثائق والأدوات المستخدمة	المسؤول
1.	يقوم مستشار المبيعات بفهم متطلبات العميل والاستماع باهتمام وطرح الأسئلة المناسبة، لتحديد المنفعة المرجوة من الخدمة.		مستشار المبيعات
2.	يقوم مستشار المبيعات بشرح الخدمات المقاربة لرغبة العميل من حيث المواصفات الفنية والأسعار وأي عروض متوفرة والتركيز على ملائمة الخدمة لمتطلبات العميل بصدق وأمانة		مستشار المبيعات
3.	إذا أراد العميل عرض أسعار، يقوم مستشار المبيعات بتقديم العرض للعميل (بعد أخذ الموافقات اللازمة) بالتنسيق مع الدائرة الفنية المعنية ومناقشة العروض		مستشار المبيعات
4.	إذا كان هنالك أية تعديلات على العروض المقدمة، يقوم مدير الدائرة الفنية بدراسة التعديلات بحسب الإجراءات الموضوعية ويقدمها لمستشار المبيعات لمناقشة العميل بها والتوصل الى عرض أسعار مقبول من الطرفين		مستشار المبيعات
5.	أما إن لم يتم الاتفاق، يقوم مستشار المبيعات بطرح بدائل إن وجدت		مستشار المبيعات
6.	إذا وافق العميل على عرض الأسعار، يقوم مستشار المبيعات بعمل الإتفاقية مع العميل وتوقيعها	عقد البيع	مستشار المبيعات
7.	في حال عدم موافقة العميل على البديل، يقوم مستشار المبيعات بالاعتذار وعرض بعض الأفكار التي من الممكن أن تجذب العميل في مرات لاحقة، ومتابعة العميل في حال وجود عروض أو إذا توفرت رغبة العميل في المستقبل		مستشار المبيعات

## 2.SSSM إجراءات المبيعات



SSS-P3

رقم الإجراء:

تطوير خطة المبيعات

اسم الإجراء:

**الهدف**

يشمل تطوير خطة المبيعات مجموعة الإجراءات المتعلقة بتحديد الأهداف البيعية والمتوقعة للسنة القادمة بشكل إجمالي ثم بشكل تفصيلي لتشمل الأهداف البيعية الشهرية، وذلك اعتماداً على أداء المبيعات في السنة السابقة إضافة إلى مجموعة عوامل أخرى.

**الإجراءات**

الخطوة	الوصف	الوثائق والأدوات المستخدمة	المسؤول
1.	تشكيل لجنة تقوم بتحديد أهداف المبيعات تتألف من: - مدير المبيعات - مدير التسويق		الإدارة العليا
2.	استلام تقارير المبيعات للسنة السابقة وبشكل مفصل لكل شهر ولكل خدمة بحسب قنوات البيع من: - مدير المحاسبة - مدير المبيعات في حال لم يكن هنالك خبرة سابقة يتم دراسات ميزات و تفاصيل الخدمات المقدمة وعليه يتم تحديد الأسواق المستهدفة		مدير المبيعات
3.	تحليل و دراسة تقارير المبيعات من حيث: - عدد الخدمات المباعة و قيمتها - نسبة تجديد العقود - نسبة العقود الغير مجددة		مدير المبيعات
4.	تحديد العوامل و المتغيرات التي كانت لها دور في التأثير على المبيعات السابقة، مثل: - التنوع في الخدمات - التنوع في قنوات البيع - نشاطات المنافسين - معدل الأسعار في السوق - أي عوامل أخرى		مدير المبيعات
5.	تقييم شامل لقسم المبيعات وتحديد احتياجاته لموظفين جدد أو دورات تدريبية، و أيضاً دراسة أدوات التسويق وهل تحقق الأهداف المرجوة		مدير المبيعات
6.	تحديد حجم المبيعات لكل خدمة للسنة السابقة من خلال: مبيعات الشهر = حجم العقود المباعة خلال الشهر		مدير المبيعات