

# الاجتماعات مع فريق البيع

ماهي؟ متي يجب عقدها؟ ما الذي  
يجب مناقشته فيها؟

أشرف عثمان، القاهرة أغسطس ٢٠١٨

STS-KEMET

## Table of Contents

3	الاجتماعات مع فريق البيع، ماهي؟ متي يجب عقدها؟ ما الذي يجب مناقشته فيها؟
3	مقدمه
3	القواعد الذهبية للاجتماعات البيعيه Sales Meetings:
3	لماذا نعقد الاجتماعات البيعيه Sales Meetings؟
3	أنواع الاجتماعات؟
4	مواعيد الاجتماعات؟
4	نصائح لاجتماعات ناجحة لفرق البيع:
4	فوائد مراجعة تدفق الفرص البيعيه Pipeline Review (بين البائع و مديره كل أسبوعين)
4	تفاصيل مراجعة تدفق الفرص البيعيه Pipeline Review (بين البائع و مديره كل أسبوعين)

Ashraf Osman proprietary content

## الاجتماعات مع فريق البيع، ماهي؟ متى يجب عقدها؟ ما الذي يجب مناقشته فيها؟

### مقدمه

الاجتماعات مع فريق البيع ... من المواضيع التي لا تحظى بالأهمية الكافية والتي تمارس بطريقة سطحية ومتوارثه وفي معظم الاحيان تتحول الى مناقشه لتدفق الفرص البيعيه Pipeline review و بالتالي تضيع على الجميع فرصه هائله للإفاده و الاستفادة.

سنناقش في هذا المقال المواضيع التاليه عن الإجتماعات مع فرق البيع (الاجتماعات البيعيه أو Sales Meetings):  
ما الغرض منها؟ ما القواعد المنظمه لها؟ ما أنواعها و مرات انعقادها؟ من الذي ينبغي حضوره؟

### القواعد الذهبية للاجتماعات البيعيه Sales Meetings:

- السبب الوحيد لتفاس أي بائع عن حضور اجتماع مبيعات لا يقبل الا لو كان مريضاً او في عطلة السنويه
- عدم الحضور بسبب أنه في اجتماع او لإلقاء إيجاز Presentation غير مقبول، فمعرفة موعد الاجتماع يحتم عليه تنظيم وقته.
- يجب تذكير البائعين بأن تنظيم الوقت له اولويه أولى و أن العميل الذي ينوي الشراء بالفعل لن يمانع في تنظيم وقتك و سيقبل ان يجتمع بك في موعد يناسب الطرفين.
- يجب ان يبدأ الاجتماع و ينتهي في الأوقات المحدده سلفاً.
- سنستمع لبعضنا بكل احترام و لن نقاطع بعضنا البعض حتى لو اختلفنا.
- لن ندخل في مناقشات جانبيه و لكن سنشارك جميعنا في اجتماع واحد
- مدير المبيعات هو الحكم النهائي ولديه سلطة إقفال المناقشة والانتقال الى الموضوع التالي في الأجندة

### لماذا نعقد الاجتماعات البيعيه Sales Meetings؟

- حتى نكون جميعاً على نفس الصفحة وتكون انشطتنا و اهتماماتنا و تحدياتنا متزامنه و نفهم بعضنا البعض.
- التأكد من أن الجميع على علم بالاتجاه الاستراتيجي للقسم.
- التأكد من قربنا من اهدافنا العمليه والمحاسبية.
- إبقاء الفريق متحمساً.
- حل القضايا والتحديات و الخلافات إن وجدت.
- تقدير من أحسنوا الأداء في الفتره السابقه و الإثناء عليهم
- قضاء وقت مع الزملاء و تغذية البعد الإنساني في علاقه العمليه

### أنواع الاجتماعات؟

1. مراجعة توقعات المبيعات Sales Forecast و هو اجتماع أسبوعي مع الفريق كله
2. مراجعة تدفق الفرص البيعيه Sales Pipeline يعقد بين البائع و مديره مرة كل أسبوعين.
3. التوجيه Coaching ويعقد بناءً على جدول سابق الإعداد مع كل بائع من الفريق و يكون مرة كل شهر
4. اجتماع لتمنية روح الفريق و مشاركة الاحداث و التطورات و يحدث مره كل شهر و يستحسن عقده خارج المكتب
5. مراجعة ربع سنويه للمبيعات و يعقد كل ربع سنه لمناقشة ما تحقق ربع السنه السابق و ما سيتم تحقيقه الربع القادم

## مواعيد الاجتماعات؟

تترك المواعيد لمدير المبيعات حسب ظروف السوق و موقع الشركة الجغرافي. لكن بصفة عامة تكون إما في الصباح ، بعد الظهر ، نهاية اليوم، في بداية الأسبوع، او نهاية الأسبوع.

## نصائح لاجتماعات ناجحة لفرق البيع:

- كن متفانلاً و إنشر روح التفاؤل بين الفريق
- لا تلغي اجتماعاتٍ لأي سبب
- حافظ على مده مناسبة للاجتماعات (ساعة واحده، كحد أقصى)
- كن دقيقاً في البدء والانهاء
- أرسل جدول الأعمال مسبقاً
- تأكد من ان يكون الحاضرون مستعدين لما يطلب منهم
- اشكر كل من قام بمجهود متميز و استخدم الثناء الفعال (سلاح مهم لرفع المعنويات)
- تحدث عن المواضيع التي تنطبق على الجميع، و إن كان هنا موضوع له علاقه بشخص ما فلا مكان له في الاجتماعات العامه
- ادخل في الاجتماع عناصر تدريبيه لبناء المهارات في شكل مناقشات مع الفريق
- احترم وقت فريقك
- قم بدعوة اشخاص من إداراتٍ أخرى لتخلق روح فريق طيبه
- اختتم الإجتماع بطريقه منهجيه تمهد بها للإجتماع القادم

## فوائد مراجعة تدفق الفرص البيعيه Pipeline Review (بين البائع و مديره كل أسبوعين)

1. الحصول على فهم أفضل لأداء وقدرات مندوبي المبيعات
2. الحصول على فهم واضح للسياق العملي للفرص و مراجعة أسباب و ازمته الانتقال من مرحله لأخرى
3. مساعدة البائع على التنبؤ بدقة أكثر عن الفرص التي سوف تقفل (تراجع في اجتماعات التنبؤ Sales Forecast Review)
4. مراجعة التقدم في تحقيق الأهداف البيعيه Sales Objectives التي يعمل عليها البائع و الانشطه البيعيه المرتبطه بها (ذكرتها في مقال سابق)

## تفاصيل مراجعة تدفق الفرص البيعيه Pipeline Review (بين البائع و مديره كل أسبوعين)

### 1. يعرض البائع ملخصاً عن الفرصه يتضمن:

- a. ما التطورات الحاصله في الفرصه؟ (تأكد من ارتباطها بالأهداف البيعيه Sales Objectives و بالأنشطه المتفق عليها Sales Activities ) أنشطة
- b. ما الذي يجب أن يحدث لنقل الفرصه إلى المرحله التاليه أو لإقفالها و الحصول على العقد؟
- c. ما هو الجدول الزمني المتوقع لحدوث ذلك؟
- d. ما هي المخاطر التي قد نواجهها ، وكيف يمكننا التخفيف منها؟
- e. ما هي المنافسون الذين نواجههم ، وكيف يمكننا أن نتميز عنهم؟

### 2. تأكد من فهم البائع للعقبات وتحدي طريقة تفكيره للوصول الى نتائج مرجوه:

- a. لماذا توقفت الفرصه في المرحله الثالثه لأكثر من أسبوع؟ كيف يمكننا إشعار العميل بوجوب تعجيل القرار؟
- b. هل هناك مشاكل في التواصل؟ هل لدينا معلومات مفقوده؟
- c. ما هي الاعتراضات التي طرحها العميل حتى الآن، وكيف يمكننا التعامل معها. ما الذي يمنع هذه الفرصه حالياً من التحرك نحو الإغلاق؟

3. إطلب من البائع قائمة بما يجب عمله لتحريك الفرصة إلى الأمام Action Items

4. إخلق روحاً من الاستعجال، مثل مراجعة قائمة ما يجب عمله لتحريك الفرصة إلى الأمام Action Items في خلال الفترة المتفق عليها (في أقرب فرصة) و لا تنتظر للإجتماع القادم

بهذه الطريقة المنهجية ستجد جدولك مليئاً بما يجب ان يقوم به مدير فريق البيع و ستتحسن نتائج الفريق و نتائجك .. حظاً سعيداً و الى ان أراكم في مقال آخر.

اشرف عثمان، القاهرة ٢٠١٨

Ashraf Osman proprietary content