



الاجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول في مقياس إدارة المبيعات والقوى البيعية

السؤال الأول : ست نقاط

- **العبارة الأولى: خطأ** - صحيح ان المؤسسة تضع خطة تعتمد عليها ولكن من الضروري ان تكون هاته الخطة مرنة قابلة للتعديل حسب التغيرات التي قد تطرأ على مستوى بيئة مؤسسة كما يجب ان يكون لديها خطط بديلة تعتمد عليها في حال وقوع مستجدات او أزمات
- **العبارة الثانية: خطأ** - الموازنة التقديرية هي عبارة عن تنبؤ تكون قبل الانطلاقة الفعلية في نشاط المؤسسة (تحمل ارقام تقديرية في الميزانية في النتيجة التي حققتها المؤية فعليا (إيرادات و تكاليف حقيقية) تكون في نهاية السنة المالية
- **العبارة الثالثة: خطأ** - عادة ما يكون التخطيط مرتبط بطبيعة المنتج فهناك العديد من المنتجات الموسمية التي تقوم المؤسسة بالتخطيط لها فصليا او موسميا- كما ان هناك بعض المؤسسة التي تعرف المنتجات التي تقدمها استقرارا كبيرا فيكون التخطيط لها لفترة اكثر من سنة
- **العبارة الرابعة: صحيح** - تأتي الرقابة على المبيعات قبل عملية التقييم لان هاته الأخيرة تتضمن حصيلة لما حققته المؤسسة متضمنة ارقام تعطيها عملية الرقابة التي تحدد الانحرافات الإيجابية والسلبية
- **العبارة الخامسة: -** الزبون المريح هو ذلك الزبون الذي تقل تكاليف جذبة و الاحتفاظ به عن الإيرادات المتأتية منه، عادة ما يكون زبون تربط علاقة قوية و طويلة الاجل مع المؤسسة لان الإيرادات المتأتية عنه في هاته الحالة تشمل الإيرادات غير النقدية (مثل الكلمة المنقولة الإيجابية و الزبائن الذين يقدمون على التعامل مع المؤسسة بسبب توصيته)
- **العبارة السادسة: خطأ** - التخطيط هو مجهود و عمل ذهني اما الخطة فهي الشكل الرسمي او المكتوب الناتج عن عملية التخطيط

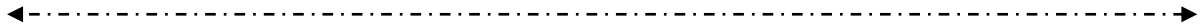
السؤال الثاني : تحديد السمات حسب كل حالة (ست نقاط)

يجب تحديد السمات الجسدية و النفسية و الشخصية لكل حالة

الحالة الأولى: يجب التركيز على البنية الجسدية الملائمة و العمر (ان يكون شابا من الأفضل جامعي)

و ان يكون لبقا في الكلام و ان تكون له دراسة و معرفة بالاجهزة الالكترونية

- الحالة الثانية: من الضروري ان يكون البائع شابا ذو بنية رياضية ملحوظة وممارسا للرياضة وان يكون على علم بالعلامات والماركات فيم يتعلق باللبسة او المعدات الرياضية و على علاقة بمختلف النوادي الرياضية و قاعات كمال الاجسام
- الحالة الثالثة: لا يهتم الصفات الجسدية في هاته الحالة بقدر ما يهتم التركيز على الجوانب المعرفية و الشخصية، اذ لا يد توظيف رجل او سيدة لها شهادة و خبرة في المجال الطبي و شبة الطبي و تتقن كل ما يتعلق بالمجال إضافة الى الصبر والاستماع لان الزبائن هنا قد تكون معرفتهم او مستواهم التعليمي محدود او كبار السن الذين يستلزم أسلوب مبسطا للتعامل معهم



السؤال الثالث/ أهمية التخطيط و شروط نجاحه (او متطلباته) (8 نقاط) أولا أهمية التخطيط :

- وضوح الرؤية والأهداف :يحدد التخطيط للمبيعات الأهداف المرجوة بشكل واضح، مما يساعد في توجيه جهود فريق المبيعات وتقييم أدائهم.
- تخصيص الموارد :يساعد التخطيط على تحديد الموارد اللازمة لتحقيق الأهداف المبيعاتية، سواء كانت موارد بشرية أو مالية أو مادية، مما يضمن الاستخدام الأمثل لهذه الموارد.
- تحسين اتخاذ القرارات :يوفر التخطيط للمبيعات معلومات دقيقة تساعد الإدارة العليا على اتخاذ قرارات استراتيجية سليمة بشأن المنتجات والأسواق والقنوات التوزيعية.
- زيادة الكفاءة :يساهم التخطيط في تقليل الهدر وتجنب الأخطاء، مما يؤدي إلى زيادة كفاءة العمليات البيعية.
- الاستعداد للتغيرات :يمكن للتخطيط للمبيعات أن يساعد الشركة على التكيف مع التغيرات في السوق والمنافسة، مما يزيد من قدرتها على البقاء والتنافس.
- تحسين العلاقة مع العملاء :يساعد التخطيط على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم، مما يساهم في بناء علاقات قوية معهم وزيادة ولائهم.

ثانيا ;متطلبات التخطيط الفعال والجيد

- تحديد الأهداف :تحديد أهداف مبيعات واضحة وقابلة للقياس ومحددة زمنياً .
- تحليل السوق :دراسة السوق المستهدف وتحديد المنافسين والفرص المتاحة .
- تطوير استراتيجية المبيعات :وضع خطة شاملة لتسويق المنتجات والوصول إلى العملاء .
- تحديد الميزانية :تخصيص الميزانية اللازمة لتنفيذ خطة المبيعات .
- متابعة الأداء :متابعة الأداء البيعي بشكل دوري ومقارنته بالأهداف المحددة .
- التقييم والتعديل :تقييم نتائج خطة المبيعات وإجراء التعديلات اللازمة لتحسين الأداء.