



الأصول العلمية في إدارة المبيعات

الأستاذ الدكتور
ناجي ذيب معلا



المحتويات

الصفحة	الموضوع
3.....	الإهداء
5.....	المقدمة

الجزء الأول

إدارة العمليات البيعية

15.....	الفصل الأول: مقدمة إلى إدارة المبيعات
17.....	تمهيد
17.....	تطور مفهوم البيع
24.....	العوامل التي أدت إلى تطور مفهوم البيع
26.....	وظائف إدارة المبيعات
27.....	الواجبات الرئيسية لإدارة المبيعات
28.....	علاقة إدارة المبيعات بالأطراف الأخرى
30.....	العلاقة مع إدارة البحوث والتطوير
32.....	التكامل بين وظيفتي البيع والتسويق
34.....	وظيفة البيع ومفهوم التسويق الحديث
35.....	التطور في مفهوم إدارة المبيعات
37.....	الدور الحديث لإدارة المبيعات
43.....	الفصل الثاني: تنظيم النشاط البيعي
45.....	مقدمة
45.....	طبيعة وماهية التنظيم
47.....	المبادئ الأساسية في تنظيم إدارة المبيعات
48.....	أولاً: تدرج السلطة الوظيفية
49.....	ثانياً: وحدة الأمر Unity of Command
51.....	ثالثاً: نطاق الإشراف Span of Control

54.....	المركزية واللامركزية في الأداء البيعي
60.....	التنظيم الداخلي لإدارة المبيعات
70.....	التنظيم الأمثل للمبيعات
72.....	الموقف الحالي للشركة
73.....	تحليل لأداء بعض مندوبي البيع
79.....	الفصل الثالث: تخطيط النشاط البيعي
81.....	مقدمة
81.....	نطاق عملية التخطيط البيعي
82.....	التخطيط الاستراتيجي للتسويق والدور المشارك لإدارة المبيعات
85.....	خطوات التخطيط التسويقي
106.....	إعداد الموازنة التقديرية للمبيعات
107.....	مبادئ إعداد ميزانية المبيعات
108.....	تصوير ميزانية المبيعات
108.....	تصميم المناطق البيعية
109.....	تعريف المنطقة البيعية
109.....	الحاجة إلى المناطق البيعية
111.....	تصميم المنطقة البيعية
115.....	الفصل الرابع: تقدير المبيعات وطرق التنبؤ بها
117.....	مقدمة
117.....	تقدير المبيعات المحتملة
121.....	طرق تقدير المبيعات المحتملة
127.....	التنبؤ بالمبيعات Sales Forecasting
128.....	المدخل المختلفة إلى التنبؤ بالمبيعات
144.....	التنبؤ بالحصة السوقية Market Share Forecasting
150.....	أسلوب الدلفي The Delphi Technique
153.....	تقييم عام لطرق التنبؤ بالمبيعات
157.....	الفصل الخامس: تقييم الأداء البيعي والرقابة عليه

159	مقدمة
159	مفهوم التقييم والرقابة
161	مراحل العملية الرقابية
162	نطاق عملية التقييم والرقابة
163	معوقات تقييم الأداء البيعي
166	مصادر المعلومات اللازمة للتقييم
167	أساليب وأدوات الرقابة على أعمال البيع
184	الرقابة على الربحية

الجزء الثاني

إدارة القوى البيعية

189	الفصل السادس: تخطيط القوى البيعية
191	مقدمة
191	مزايا الاختيار الجيد للمندوبين
192	وصف وتحليل الوظيفة البيعية
196	الواجبات الرئيسة لمندوب البيع
202	طرق تحديد احتياجات المؤسسة من مندوبي البيع
206	العوامل المؤثرة في تحديد الاحتياجات من مندوبي البيع
211	الإعلان في الصحف
213	وكالات ومراكز التوظيف
214	المندوبون العاملون في المؤسسات المنافسة
215	الفصل السابع: اختيار وتعيين مندوبي البيع
127	مقدمة
217	الوسائل والأساليب المساعدة في الاختيار
218	طلب التوظيف Blank Application
221	الحد الأدنى للدرجات المطلوب تحصيله 61 %
221	المقابلة الشخصية للمرشحين
223	استخدام الأشخاص المعرفين (بكسر الراء)

223	الاختبارات
225	الفصل الثامن: تدريب مندوبي البيع وتنمية مهاراتهم
227	مقدمة
227	أهمية تدريب مندوبي البيع
229	أهداف التدريب
231	مستويات تطوير المهارات البيعية
235	الحاجة إلى التدريب
236	مبررات التدريب
239	موضوعات التدريب
241	تقييم برامج التدريب
243	الفصل التاسع: تعويض ومكافأة مندوبي البيع
245	مقدمة
245	أهداف برنامج التعويض
246	خصائص البرنامج التعويضي الفعال
247	الخطوات الرئيسية في تصميم برنامج التعويض
254	طرق تعويض مندوبي البيع
260	مكافأة مندوبي البيع
261	طريقة التعويض على أسس متعددة
263	الفصل العاشر: تحفيز مندوبي البيع
265	مقدمة
265	الحاجة إلى تحفيز مندوبي البيع
266	النموذج العام للحافز والأداء
267	أنواع الحوافز
269	أولاً: الحوافز المالية
271	ثانياً: الحوافز المعنوية
272	مقومات نظام الحوافز الفعال
272	أولاً: الخصائص

273.....	ثانياً: مقومات النجاح
274.....	خطوات تصميم نظام الحوافز
275.....	الفصل الحادي عشر: الإشراف على مندوبي البيع
277.....	مقدمة
277.....	ماهية وطبيعة الإشراف
278.....	مبررات الإشراف
280.....	معوقات الإشراف
228.....	نطاق إشراف مدير المبيعات
283.....	مستوى الكفاية التي يتمتع به مندوبو البيع
328.....	أهمية الاتصال بالعملاء
283.....	طرق الإشراف
284.....	أولاً: طرق الإشراف الجماعي
285.....	ثانياً: طرق الإشراف الفردي
286.....	الاتصالات الشخصية بالمندوبين
287.....	المراسلات الشخصية
288.....	الاتصالات غير الشخصية
290.....	إدارة الوقت في الأداء البيعي
291.....	الأسباب الرئيسة لضياع الوقت
293.....	تخطيط وقت المندوب
294.....	أولاً: تخطيط عملية الاتصال البيعي الهاتفي
295.....	ثانياً: الاحتفاظ بسجلات منظمة عن العملاء
297.....	المراجع