

المستوى : السنة الثالثة علم النفس عمل وتنظيم

المحاضرة الثامنة

تمهيد: إن أهمية عملية البيع في وجود مكانة للمؤسسة بالسوق التي تتميز بالمنافسة الشديدة بين المنتجين ومن قبلهم البائعين ، تجعل من القائم على هذه العملية يتعرض في العديد من المرات لعملية الفشل وهذه الأخيرة قد تعرض في حد ذاتها لخروج المنتج من السوق أو فقدان المكانة السابقة وحفاظا على المقولة الشهيرة فالملاكم لا ينهزم عندما يسقط وإنما ينهزم عند الانسحاب من المنازلة ، فعلى القائم على عملية البيع أن يعمل على تسيير عملية الفشل بذكاء إن حدثت حتى يعود من جديد ولتحقيق ذلك يمكن إتباع ما يلي :

أولا : تدليل الفشل :

كل انسان معرض للفشل في حياته الأساسية أو المهنية لذلك أوجب عليه مقاومة عملية الفشل ولا يسمح لها بإحباطه ، بل يعمل على تحويلها لطاقة إيجابية في الحياة المهنية بصفة عامة والحالة التسويقية بصفة خاصة ، وأحسن سلاح للتخلص من الشعور بالسلبية هو الحماسة التي تركز في أساسها على عملية التحفيز لذلك لابد من التعرف على العناصر الأساسية لعملية التحفيز .

1- العوامل المحفزة لرجل المبيعات

1-1- **العائد المادي :** إن أغلب رجال المبيعات يكون المحفز الأساسي لها هو العائد المادي ، لكن هل هذا العامل سيكون الوحيد أم هناك عوامل أخرى ، في أغلب الأحيان فللعوامل المادية أهمية كبيرة إلا أنها غير كافية لتحريك رجل المبيعات .

1-2- **الأمن :** إن الأمن الوظيفي بالنسبة للأفراد العاملين بالمنظمات يعتبر عامل أساسي في تحفيزهم للعمل وأداء المهام على أحسن وجه ورجل المبيعات إن كان يهتم كثيرا للعائد المادي فإن كان لا يوفر له الاستمرار في العمل يعتبر عائقا في تنمية مهاراته وبالتالي مثبطا لأداء مهامه ، لكن عملية البيع في حد ذاتها تتميز بمعامل المخاطرة فالشعور بالأمان يتعلق بقدرة الفرد على تدليل العقبات وبالتالي على رجل المبيعات أن يتسم بقدرة عالية على تحمل المخاطر .

1-3- **تحقيق النجاح :** كل فرد يبحث عن تحقيق نجاح ما في حياته ويتحقق هذا الأخير وفق الأهداف المحددة مسبقا ، فهناك من يحدد أهداف عالية و آخر متواضعة وبالتالي فالنجاح لا يكون وفق قيم مالية وإنما وفق الأهداف المحددة مسبقا ، وبالتالي للنجاح مظاهر متعددة ويعتبر أحد العوامل التحفيزية للفرد بصفة عامة ورجل المبيعات بصفة خاصة لأن رجل

المبيعات الذي يسوق منتج بالسوق لأول مرة ليس كالذي يسوق منتج في مرحلة الازدهار.

1- 4 - الاستكشاف : فحب الاستكشاف يبدأ منذ الطفولة حيث يبدأ الفرد باستكشاف ذاته ثم محيطه ومن ثم عالمه فالاستكشاف قد يكون أحد العوامل لعملية التحفيز أثناء عملية البيع، فاستكشاف نمط من المستهلكين قد يكون عامل محفز لرجل المبيعات خاصة إذا كان رائد مبيعات وهو هدف كل رجل مبيعات .

1- 5- الإقرار من طرف الآخرين : الفرد في حاجة لدعم الآخرين في كل الأوقات ويكون بحاجة لهذا الدعم لما يمر الفرد بحالة فشل فيكون بحاجة أكبر لهذا الدعم ، لذلك على رجل المبيعات أن يحيط نفسه بأشخاص إيجابيين لأن الحديث الإيجابي يدفع برجل المبيعات لتكرار المحاولة عند الفشل ، لأن المحاولة الفاشلة ما هي إلا مرحلة من مراحل النجاح وتكرار الفشل هو الذي يصنع النجاح ، وبالتالي فدعم وإقرار الآخرين هو إحدى العوامل التحفيزية لرجل المبيعات أثناء تعامله مع المستهلكين.

1- 6 - تحقيق الذات : فتحقيق الذات تعبر عن قمة هرم ماسلوا في تحقيق الحاجات ، كما تعتبر الخطوة الأساسية في تحقيق الحرية الفكرية، ومن ثم تعتبر العامل الأساسي في إنجاز المهام بطريقة خاصة وبالتالي فهي المحرك الأساسي لعملية الإبداع التي تعتبر الخطوة الأساسية لرائد المبيعات ، وبالتالي لا يمكن وجود تحفيز دون تحقيق ذات لرائد المبيعات وهو هدف كل رجل مبيعات وبالتالي فتحقيق الذات قد يكون العامل الأساسي في عملية التحفيز بالنسبة لرجل المبيعات بالإضافة لعوامل أخرى.

من خلال تتبعنا للعوامل السالفة الذكر قد تجتمع كلها في فرد واحد وقد تتلخص في عامل واحد وذلك وفق الموقف الذي يكون عليه رجل المبيعات ، حيث نجد من يحفزها العائد المادي ومن ثم تقيق ذاته يكون من خلال العائد المادي المرتفع وبالتالي فهذه العوامل تظهر وفق توليفة خاصة بكل فرد أو موقف .

2- العوامل المثبطة لرجل المبيعات :

إن كانت الحوافز هي العوامل الأساسية التي تنمي المسار المهني بصفة عامة ورجل المبيعات بصفة خاصة فالعوامل المثبطة قد تؤدي بالتخلي عن العملية أو حتي المهنة بصفو عامة لذلك هناك صراع بين العوامل المحفزة والعوامل المثبطة كونهما قوتان متعاكستان في الاتجاه وإن أبرزنا العوامل المحفزة في العنصر السابق سنحاول إبراز هذه العوامل المثبطة فيما يلي :

- 1- **اللاأمن :** واللاأمن له عدة مظاهر قد يكون ماليا حيث يعتبر عامل أساسي لتثبيط عزيمة المستثمر سواء كان هذا الاستثمار معرفي أو مالي أو جهد مبذول ، فنجد كبرى الشركات عند استثمارها لأموال في تكوين البائعين تنتظر العائد المالي المستثمر، وبالتالي فالخوف من اللاأمن مهما كان شكله سيؤثر على فعالية ومردودية المستثمر وبالتالي فرجل المبيعات إذا شعر باللاأمن لفشله فإنه لا يكرر المحاولة
- 2- **فقدان الثقة في الذات :** غياب عدم الثقة لدى رجل المبيعات ستشعره بعدم قدرته على إقناع المستهلك وبالتالي تغنيه على تكرار المحاولة حيث نجد المبتدأ يركز على ماذا يحدث عند الفشل أما الرائد والمحترف فهو يحافظ على حماسه ويتقدم إلى الأمام تاركا الماضي خلفه ويركز على تعلم تقنيات جديدة للبيع .
- 3- **الخوف من الفشل :** فتركيز رجل المبيعات على الفشل يغنيه عن المحاولة عادة نجدها عند المبتدأ أما الرائد يعتبر الفشل مرحلة أساسية في عملية النجاح وبالتالي في هي مرحلة لا بد منها وبالتالي لا تثبطه
- 4- **التغيير :** إن مقاومة التغيير تعتبر من أهم موانع التنمية والتطور لذلك على رائد المبيعات أن يبحث على كسب تقنيات جديد في كل يوم ، لأن الزبون لا يطرق باب رجل المبيعات بل هو من يبحث على المستهلك في كل مكان وإقناعه بطرق مبتكرة

3- أهم التقنيات للتغلب على الفشل

على رجل المبيعات أن يتوقع وخاصة في بداية عمله التعرض للفشل على الأقل مرتين في اليوم وبالتالي فما عليه إلا الأخذ بالتقنيات التالية :

3-1- اعتبار الفشل كخطوة أساسية في التعلم :

باعتبار أن كل تجربة ناجحة سبققتها العديد من التجارب الفاشلة ، فالعالم اليوم يمر بالعديد من التجارب الفاشلة في التعامل مع فيروس كورونا لكن كل تجربة يستفيد منها العالم لتراكم المعارف وفي النهاية ستظهر الطريقة الناجحة ، هكذا عملية البيع فالمحاولة وإن كانت فاشلة تكسبك طريقة جديدة للإقناع

3-2- اعتبار الفشل كدافع للتغيير والتحسين :

فالتجربة الفاشلة توفر للقائم على عملية البيع المعلومات اللازمة للوصول للقيمة ، فمثلا تجد مستهلك لا ينتقد منتوجك ولكنه لا يستعمله ، لأنه يريد مواصفات أخرى هذا يوفر لك المعلومات اللازمة لتطوير وتحسين منتوجك

3-3- اعتبار الفشل فرصة لتحسين حس الفكاهة :

من المهارات الواجب توفرها في القائم على عملية البيع هي حس الفكاهة ، وهي مهارة يمكن تطويرها انطلاقا من الضحك عند الفشل لأن الضحك يشعر الفرد بالسعادة ومن ثم تحويل حادثة الفشل لنكتة ومن ثم إعادة روايتها للآخرين لغرض الترفيه عليهم ومن ثم استعمالها للمستهلكين المحتملين الجدد .

3-4- اعتبار الفشل فرصة لتحسين النتائج :

إن رفض المستهلك لعرض رجل المبيعات يشعر هذا الأخير بأن العملية لم تسيير وفق توقعه هذا ما يدفعه لتطوير وتحسين تقنيات الإقناع والبيع بصفة عامة وهذا ما يؤدي لزيادة المبيعات في المرحلة القادمة وهذا ما يؤدي لتحسين النتائج .

خلاصة : إن عقيدة رائد المبيعات أن لا يحكم على أدائه من خلال عدد مرات الفشل وإنما من خلال عدد مرات النجاح ، لأن عدد مرات النجاح قليلة نسبيا من عدد مرات الفشل ، لذلك على محترف ورائد المبيعات أن لا يركز على فشله أثناء عملية تقييمه لمشروعه بل يستفيد منها أثناء عملية تكرار المحاولة لتجاوز نقائص المرحلة السابقة .