



التعرف على الشركة وزيادة الثقة بها من اجل التسويق

المستوى: ماهر



إنَّ المُسميات المُستخدمة وتمثيل المواد في هذا المنشور/الإصدار لا تستتبع الإعراب
عن أي رأي على الإطلاق من قبل حكومة كندا

"The designations employed and the representation of material in this publication do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Government of

المقدمة

تم تطوير هذا المنهاج من خلال مشروع ثابري الذي ينفذه الاتحاد اللوثري العالمي في القدس، بالشراكة مع الإغاثة اللوثرية الكندية وبتمويل من حكومة كندا.

يهدف مشروع ثابري إلى المساهمة في الحد من الفقر في الضفة الغربية والقدس الشرقية من خلال دعم النساء بما في ذلك النساء ذوات الإعاقة للمشاركة في فرص التعليم والتدريب المهني والتقني والتي تقودهن إلى التوظيف أو العمل الحر.

صمم مشروع ثابري للاستجابة للتحديات المتمثلة في ارتفاع معدلات البطالة المتزايدة بين النساء التي نتجت عن المعوقات الاجتماعية والثقافية والقانونية والسياسية، بالإضافة إلى محدودية الوصول إلى التعليم والتدريب المهني والتقني. كما عمل المشروع على زيادة تمكين النساء للوصول إلى برامج التدريب المهنية المختلفة والتي تم تطويرها من خلال المشروع لتتلاءم مع احتياجات السوق، هذا بالإضافة إلى تأهيل نظام تعليم وتدريب مهني وتقني لتلبية احتياجات النساء والنساء ذوات الإعاقة بشكل أفضل.

تم تطوير خيارات متعددة من خلال المشروع لمهن مرتبطة بسوق العمل تأخذ بعين الاعتبار استجابة النوع الاجتماعي والشمولية لكل من النساء والنساء ذوات الإعاقة، في مراكز التعليم والتدريب المهني والتقني المستهدفة في الضفة الغربية، بما في ذلك القدس الشرقية.

المؤلف: أيمن الميمي

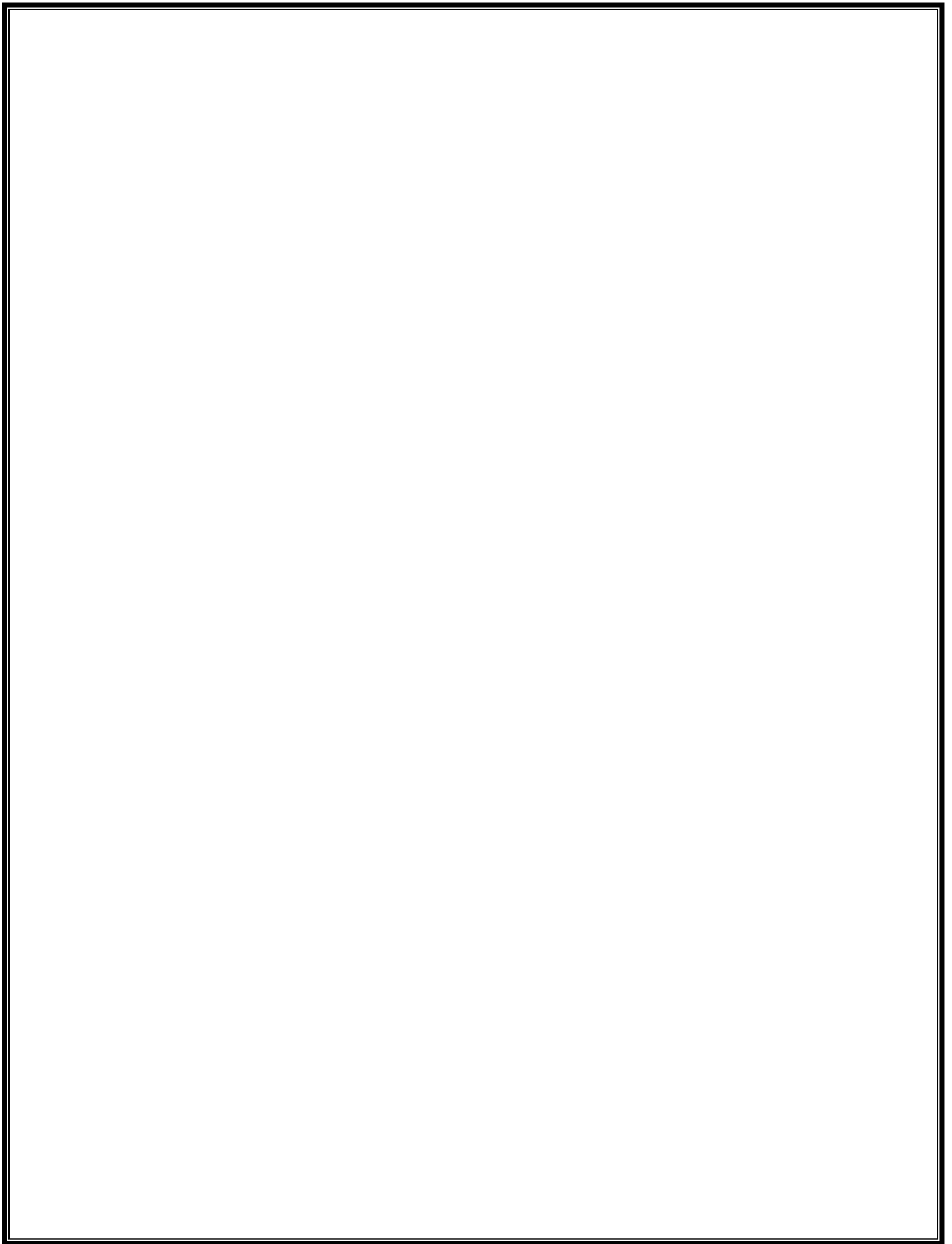
الإشراف الفني: م. فؤاد منذر الخواجا

التصميم الفني: فاطمة حسين مناصرة

التدقيق اللغوي: أ. خليل الخالدي

تم إعداد هذه الوحدة استنادا للمنهجية الوطنية المعتمدة في إعداد المناهج في قطاع التعليم والتدريب المهني والتقني والمتبعة من قبل وزارة التربية والتعليم العالي في إعداد مناهج التعليم المهني، وبالتنسيق معها وتدريب الطاقم من قبلها. وتم الاتفاق مع وزارة التربية والتعليم العالي على الاستفادة من هذه الوحدات وإدماجها ضمن المنهاج الوطني للتعليم المهني وضمن التخصصات المطروحة.

استعملت الوحدة: من الممكن إدماج هذه الوحدة ضمن مناهج المدارس المهنية ومراكز التدريب المهني، ضمن تخصص السكرتاريا والتسويق الإلكتروني أو استخدامها ضمن الدورات القصيرة المتخصصة لمن يعمل في المجال.



أسماء المشاركين في تحديد الكفايات

الرقم	الاسم	المؤسسة
1	إيهاب فرح المراجدة	صاحب مصنع إيهاب
2	عيسى إلياس بطرس اليتيم	طاليتا قومي
3	هيلين ماجد إلياس قمصية	ODEH OLIVE WOOD FACTORIES
4	سوسن فرج	صاحبة مشروع حقائب جلدية علياء
5	رامي الخطيب	شركة Buzz
6	طارق البكري	Edu station
7	محمد إبراهيم عقابنة	Online mail
8	حمزة يوسف	optimus
9	عبد الفتاح حاتم الننتشة	optimus
10	خضر يوسف	التدريب المجتمعي بيت جالا
11	إلهام سعيد حنا	كلية مجتمع طاليتا قومي
12	بهاء محمود رشيد فروخ	لحظة للإنتاج الإعلامي وخدمات التسويق والتدريب
13	عماد يوسف عبد الجواد	مدرب معتمد
14	أيمن حسين	غرفة تجارة رام الله

أهداف الوحدة:

- التعرف على المعلومات اللازمة حول الشركة
- توضيح كيف تساهم المعرفة بالشركة في بناء الثقة بها
- مناقشة ما يتضمنه كتاب التعيين وعقد العمل للموظف الجديد
- استنتاج مدى موافقة عقد العمل والتعليمات الصادرة عن الشركة مع قانون العمل
- شرح سياسات وإجراءات الشركة البيعية عبر الإنترنت

الكفايات المهنية المتوقع امتلاكها بعد الانتهاء من دراسة هذه الوحدة:

أولاً: الكفايات الاحترافية/الفنية

- جمع المعلومات الأساسية حول الشركة والعاملين
- التعرف على خطوط وأنواع المنتجات والتركيز على مهامه
- التعرف على الزملاء الذين سيتعامل معهم
- التعرف على الوصف الوظيفي والمسؤوليات والصلاحيات في العمل تطبيق قواعد السلوك والالتزام بالميثاق الأخلاقي
- تطبيق إجراءات وسياسات البيع المعتمدة في الشركة خلال عملية البيع عبر الإنترنت
- تحديد نقاط القوة مقارنة بالمنافسين

ثانياً: الكفايات الاجتماعية والشخصية

- التواصل الفعال مع زملائه في الدوائر الأخرى
- المظهر اللائق
- تقبل التوجيه
- العمل بروح الفريق
- الاستفسار وطرح الأسئلة
- امتلاك الدافعية للتعلم
- القدرة على التركيز ومتابعة المستجدات في الشركة
- التفكير والتحليل المنطقي والمقارنة

ثالثاً: الكفايات المنهجية

- الرجوع إلى الأدلة والكتب الرسمية للشركة إن وجدت
- استخدام الحاسوب وتطبيقاته
- إتقان اللغات اللازمة والسائدة في عمل الشركة
- القدرة على تحديد الكفايات التي تتطلبها الوظيفة
- الاطلاع على خطط عمل حالية ومستقبلية
- قراءة وفهم التعليمات المعتمدة
- اتباع التعليمات المعتمدة
- الاستفسار وطرح الأسئلة

قائمة المواقع التعليمية الخاصة بالوحدة

رقم الموقع التعليمي	عنوان الموقع التعليمي	الإطار الزمني (ساعة)
1	تعريف الموظف الجديد بالشركة	30
2	التعريف ببيئة العمل في الشركة والالتزام بها	40
3	التعريف بسياسات وإجراءات الشركة البيعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	40

الموقف التعليمي (1): تعريف الموظف الجديد بالشركة	
رقم الموقف التعليمي: 1	الإطار الزمني: سا
عنوان الموقف التعليمي: تعريف الموظف الجديد بالشركة	
وصف الموقف التعليمي: يستقبل مدير الشركة موظفاً جديداً ويرحب به في يومه الأول في الشركة للعمل بوظيفة موظف مبيعات إلكتروني، إلا أن مدير الشركة مشغولٌ ولا يمتلك الوقت الكافي ليعرفه بالشركة. حيث يطلب منه أن يبادر في التعرف على الشركة.	
المحتويات • خطة جمع المعلومات • أساليب جمع المعلومات عن الشركة • الوثائق والأدلة التعريفية الصادرة عن الشركة • المعلومات الأساسية حول الشركة: تاريخها، رؤيتها ورسالتها وأهدافها، هيكلها التنظيمي... إلخ • خطوط الإنتاج وأنواع المنتجات المكلف بترويجها • العمل ضمن فريق • الاتصال والتواصل مع الآخرين	

العمل الكامل-المرجعية المنهجية:			
خطوات العمل الكامل	الوصف	المنهجية	الموارد
الحصول على المعلومات وتحليلها	• مناقشة الطلبة موقف وشعور الموظف الجديد في يومه الأول اتجاه انشغال المدير/ة أو مسؤوله/مسؤولته المباشرة وكيف يمكن له التعامل مع الموقف. • عرض المدرب/ة لمفهوم الـ Orientation الذي تستخدمه الشركات	• النقاش • حالة دراسية • عصف ذهني • مجموعات عمل	• مراجع مختلفة في طرق جمع المعلومات • مراجع مختلفة حول المعلومات الأساسية الواجب معرفتها عن الشركة

● مختبر حاسوب وخدمة إنترنت ● بروشورات وكتيبات تعريفية خاصة بالشركات ● LCD Projector		● يحدد الطلبة المعلومات التي تعرف الموظف الجديد بالشركة وطرق جمعها من خلال: النشرات التعريفية، وكتيب الشركة، الاتصال بالموظفين، الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للشركة.. إلخ. ● مناقشة الطلبة عناصر خطة جمع المعلومات وبعض النماذج لبروشورات تعريفية ومواقع إلكترونية لشركات زودهم/زودتهم بها المدرب/ة ● تقسيم المدرب/ة الطلبة لمجموعات لدراسة وتحليل وتنفيذ الموقف التعليمي وتدوين استنتاجاتهم	
● مراجع مختلفة في موضوع خطة العمل وعناصر الخطة ● مراجع مختلفة عن أنواع المنتجات، ومفهوم خطوط الإنتاج (بشكل عام) ● المواد التعريفية بالشركة مثل البروشورات، ملف الشركة، والأدلة. ● مختبر حاسوب وخدمة إنترنت. ● LCD Projector	● العمل ضمن فريق والمناقشة الجماعية ● عمل مجموعات ● عرض ومناقشة المجموعات لخطة جمع المعلومات	● تعد كل مجموعة خطة عمل للموظف الجديد للتعرف على شركة في السوق (يتم تحديدها من قبل المدرب/ة مع مراعاة تنوع الشركات للمجموعات من حيث كيانها القانوني أو طبيعة منتجاتها: خدمة، سلعة أساسية أو كمالية) تتضمن كيفية وطرق جمع المعلومات المطلوبة ● تراعي المجموعة تكليف كل أعضاء المجموعة بمهام، واستخدام أكثر من طريقة في جمع المعلومات ● تحدد كل مجموعة احتياجاتها اللازمة لجمع المعلومات	التخطيط واتخاذ القرارات

		● مناقشة المدرب/ة مع كل مجموعة خططها حيث تعدل المجموعات خططها بشكلها النهائي بناء على المناقشة مع المدرب/ة	
التنفيذ	● تنفذ كل مجموعة خطة جمع المعلومات عن الشركة التي تم تعيينها لهم ● تزور كل مجموعة الشركة أو مواقعها على الإنترنت التي تم الاتفاق عليها بين أفراد المجموعة. ● تتعرف كل مجموعة على طريقة الشركة في تعريف الموظفين والموظفات الجدد بها، والحصول على المعلومات اللازمة لذلك ● تلتزم المجموعات بالوقت المحدد لخطة جمع المعلومات	● زيارات ميدانية للشركات المحددة أو من خلال مواقعها الافتراضية على الإنترنت ● لعب أدوار	● مختبر إنترنت ومواقع إلكترونية خاصة بشركات معينة ● بروشورات تعريفية وكتيبات خاصة بالتعريف بالشركات ● تنسيق مسبق من قبل المجموعات مع الشركات
التحكم	● تأكد المدرب/ة من التزام الطلبة بتنفيذ الخطة كما هو مخطط لها وتسهيل مهمة المجموعات ● مساعدة المدرب/ة للطلبة على مواجهة التحديات والعوائق خلال تنفيذ الخطة ● مراعاة المدرب/ة للتنسيق المسبق مع الشركات من أجل تعاونها مع المجموعات	● مراقبة أداء الطلاب داخل المجموعات أثناء تنفيذ جمع المعلومات ● النقاش والعصف الذهني في إطار المجموعة.	● مراجع مختلفة في موضوع كيف تهيئ الشركات موظفيها الجدد للعمل في الشركة والتكيف بشكل أسرع؟
التوثيق والتقديم	● يوثق الطلبة نتائج تنفيذ خطة العمل	● عمل مجموعات ● عرض ومناقشة	● أجهزة العرض والتقديم. ● حاسوب.

		- تعد كل مجموعة عرض بوروينت عن الشركة المحددة لها أمام جميع الطلبة - تعرض كل مجموعة نتائج عملها على الطلبة والمدرسة والإجابة عن أسئلتهم والاستماع لملاحظاتهم.	
التقييم وإبداء الرأي	- يقارن الطلبة بين الوسائل المختلفة لجمع المعلومات عن الشركات لتعريف الموظف الجديد بها - يلخص الطلبة نتائج العمل وملاحظات الطلبة والمدرسة - يقيم الطلبة تنفيذهم لخطة جمع المعلومات ويحددون الدروس المستفادة - تقديم المدرس/ة التغذية الراجعة للطلبة	- النقاش الجماعي - تحليل ورقة العمل الخاصة بالتقييم.	ورقة العمل الخاصة بالتقييم.

الأسئلة الرئيسية:

السؤال الأول: لماذا لا تتوفر لدى بعض الشركات معلومات موثقة عنها؟

السؤال الثاني: ما هي أهمية توفر المعلومات عن الشركة بالنسبة للموظفين الجدد؟

السؤال الثالث: ما علاقة ثقة الموظف بالشركة بمعرفته بالمعلومات عنها؟

السؤال الرابع: حسب اعتقادك ما هي أهم معلومة تساهم في زيادة ثقة الموظف الجديد في الشركة؟

الموقف التعليمي (2): تعريف بيئة العمل في الشركة والالتزام بها

الإطار الزمني: ساعة 40

رقم الموقف التعليمي: 2

عنوان الموقف التعليمي: تعريف بيئة العمل في الشركة والالتزام بها

وصف الموقف التعليمي: تقوم مديرة الموارد البشرية – ضمن خطة التأهيل للموظف الجديد- بتسليم كتاب التعيين لموظف مبيعات إلكتروني موضحاً فيه وصفه الوظيفي، وضرورة الالتزام بقواعد السلوك في الشركة، وأن يعمل مع زملائه بروح الفريق. حيث تطلب منه الالتزام بها بعد قراءتها والاستفسار عما جاء فيها.

المحتويات

- العلاقات التنظيمية في الشركة
- الوصف الوظيفي لموظف مبيعات إلكتروني
- أقسام الشركة والعلاقة المباشرة وغير المباشرة مع زملاء العمل.
- قانون العمل الفلسطيني
- الثقافة التنظيمية للشركة
- الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك
- الإجراءات السياسية في البيع
- الاتصال والتواصل
- العمل ضمن الفريق

العمل الكامل-المرجعية المنهجية:

خطوات العمل الكامل	الوصف	المنهجية	الموارد
الحصول على المعلومات وتحليلها	• مناقشة الطلبة مكونات ومضمون نموذج لكتاب تعيين موظف جديد، ونموذج عقد عمل بعد تزويد الطلبة بهما من قبل المدرب/ة • يجمع الطلبة معلومات حول مضمون كتاب التعيين وعقد العمل: مدير/ة الموارد البشرية، الوصف والتوصيف الوظيفي لموظف مبيعات إلكتروني ومسؤوله/مسؤولته المباشر/ة ضمن التسلسل الإداري،	• حالة دراسية • عمل مجموعات • عرض ومناقشة • بحث عبر الإنترنت	• مراجع مختلفة في الميثاق الأخلاقية، الوصف الوظيفي، الثقافة التنظيمية. الخ • مختبر حاسوب وخدمة إنترنت. • برشورات وكتيبات تعريفية ولوائح وتعليمات خاصة بالشركات.

• زيارة ميدانية لبعض الشركات التي لها مواثيق أخلاقية.. الخ		• الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك، قانون العمل.. الخ. • عرض ومناقشة المدرب/ة الطلبة بمفهوم ومكونات الثقافة التنظيمية للشركة وأهميتها في تحفيز الموظفين والموظفات واستمراريتهم العمل في الشركة • يلخص الطلبة حقوق الموظف وواجباته الواردة في قانون العمل • يحدد الطلبة موقف الموظف الجديد من كتاب التعيين وعقد العمل وكيفية التعامل معهما في ضوء قانون العمل • يقسم المدرب/ة الطلبة لمجموعات لدراسة وتحليل الموقف التعليمي ويدونون استنتاجاتهم	
• مراجع مختلفة في موضوع المواثيق الأخلاقية، الوصف الوظيفي. • مختبر حاسوب وخدمة إنترنت. • دليل وبروشورات شركات التسويق. • المواقع الإلكترونية • زيارات ميدانية	• مجموعات عمل • مناقشة وعصف ذهني • عرض ومناقشة • اعداد استبانة حول الثقافة التنظيمية للشركة	• يطلب المدرب/ة من كل مجموعة وضع خطة لتنفيذ الموقف التعليمي • تضع كل مجموعة خطة عمل للتعرف على بيئة عمل الشركة المحددة (يحددها المدرب/ة لهم مراعيًا تنوع طبيعة الشركات للمجموعات) من حيث الوصف و التوصيف الوظيفي لموظف مبيعات الكتروني، موقع الوظيفة ضمن التسلسل الإداري في	التخطيط واتخاذ القرارات

		الشركة، الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك، عقد العمل، الثقافة التنظيمية السائدة. • مناقشة المدرب/ة مع كل مجموعة خطة عملها ويزودهم بملاحظات	
التنفيذ	• تنفذ كل مجموعة خطة العمل على الشركة التي تم تعيينها لهم من قبل المدرب/ة • تعد كل مجموعة تقريراً عن نتائج تنفيذ خطتها على الشركة المحددة لها بحيث يتضمن التقرير: مكونات كتاب التعيين وعقد العمل المعتمد، الوصف والتوصيف الوظيفي لموظف مبيعات إلكتروني لديها، الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك، مدى التزام الشركة وموافقتها مع قانون العمل، اقتراحات وتحسينات، الثقافة التنظيمية السائدة • تلتزم كل مجموعة بالوقت المحدد لها.	• زيارات ميدانية لشركات متوسطة الحجم أو كبيرة • عمل مجموعات • مناقشة	• مختبر إنترنت ومواقع الكترونية خاصة بشركات معينة • بروشورات تعريفية وكتيبات خاصة بالتعريف بالشركات • زيارات ميدانية.
التحكم	• تأكد المدرب/ة من التزام المجموعات بتنفيذ الخطة كما هو مخطط لها وإعداد تقرير يغطي كل الجوانب المطلوبة عن الشركة • في نقاش المدرب/ة مع المجموعات، يعطي أهمية لبند الاقتراحات والتحسينات الوارد في التقرير	• مناقشة • مراقبة عمل المجموعات • النقاش والعصف الذهني في إطار المجموعة	• قائمة الموثيق الأخلاقية • بروشورات وكتيبات • زيارات ميدانية

		• تسهيل المدرب/ة مهمة المجموعات ومساعدتها على مواجهة التحديات والعوائق خلال تنفيذ الخطة • مراعاة المدرب/ة التنسيق المسبق مع الشركات من أجل تعاونها مع المجموعات	
• أجهزة العرض والتقديم. • حاسوب. • التدوين في قاعدة بيانات. • توثيق الزيارات بالصور.	• عرض ومناقشة	• تعد كل مجموعة تقريراً يوثق تنفيذ خطتهم والنتائج التي توصلوا إليها والنماذج التي حصلوا عليها من الشركة • تسلم المجموعات للمدرب/ة تقاريرها والوثائق المرفقة التي تم الحصول عليها من الشركات • تعرض وتناقش كل مجموعة تقريرها ونتائج عملها والإجابة عن أسئلة المدرب/ة والمتدربين.	التوثيق والتقديم
• ورقة العمل الخاصة بالتقييم.	• النقاش الجماعي • تحليل ورقة العمل الخاصة بالتقييم • المقارنة والتحليل بين أرض الواقع والدراسة	• يقارن الطلبة بين الشركات من حيث مدى توفر أو عدم توفر: ميثاق أخلاقي، وصف وظيفي، عقد عمل... الخ. • تقديم المدرب/ة التغذية الراجعة • يلخص المتدربون أهم نقاط النقاش	• التقييم وإبداء الرأي

الأسئلة الرئيسية:

السؤال الأول: ما الفرق بين الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية؟

السؤال الثاني: كيف يتم وضع الميثاق الأخلاقي للشركة؟

السؤال الثالث: ناقش/ي صحة هذه العبارة: "من الممكن أن يضع صاحب العمل شروطاً لصالح شركته يمكن أن تعارض قانون العمل في حالة موافقة الموظف"؟

الموقف التعليمي(3): تعريف بسياسات وإجراءات الشركة البيعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
رقم الموقف التعليمي: 3	الإطار الزمني: ساعة
عنوان الموقف التعليمي: تعريف بسياسات وإجراءات الشركة البيعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
وصف الموقف التعليمي: يطلب مدير المبيعات – ضمن خطة التأهيل للموظف الجديد- من موظف المبيعات الإلكتروني الذي تم تعيينه مؤخرًا التعرف على أصناف منتجات الشركة، والسياسات والإجراءات البيعية المعتمدة، تسلسل عملية البيع (حلقة البيع) عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل التواصل مع الزبائن.	
المحتويات • الوثائق والأدلة التنظيمية حول المنتجات وسير العمليات في الشركة. • العلاقات التنظيمية في الشركة. • الإجراءات والسياسات البيعية خلال عملية (حلقة) البيع. • الاتصال والتواصل • المهارات الشخصية كالقدرة على الحوار والمناقشة والإقناع.	

العمل الكامل-المرجعية المنهجية:			
خطوات العمل الكامل	الوصف	المنهجية	الموارد
الحصول على المعلومات وتحليلها	• مناقشة الطلبة طلب مدير المبيعات ويحللونه • عرض ومناقشة الطلبة نموذج لإحدى الشركات من سوق العمل التي تباع عبر الإنترنت، موضحا السلع التي تنتجها، والخدمات المصاحبة، والإجراءات البيعية، وطرق الدفع، وتوصيل البضاعة، وسياسات الشركة البيعية، وخطوات عملية البيع • يجمع الطلبة معلومات حول: أنواع السلع والخدمات المقدمة، والإجراءات البيعية وطرق الدفع وتوصيل البضاعة وسياسات الشركة	• مناقشة الطلبة بطريقة العصف الذهني • عمل مجموعات • حالة دراسية	• مختبر حاسوب وخدمة إنترنت. • ورقة عمل حول أنواع السلع والخدمات المصاحبة، إجراءات البيع... الخ • زيارة ميدانية لبعض الشركات التي تقدم خدمات الدعاية والإعلان.

		البيعية، تسلسل عملية البيع المعتمدة تقسيم المدرب/ة الطلبة لمجموعات لدراسة وتحليل الموقف التعليمي ويدونون استنتاجاتهم	
التخطيط واتخاذ القرارات	- طلب المدرب/ة من المجموعات وضع خطة لتلبية الطلب الوارد في الموقف التعليمي - تعد كل مجموعة خطة عمل لدراسة إحدى الشركات التي تباع عبر الإنترنت (محددة من قبل المدرب/ة مع مراعاة تنوع طبيعة الشركات للمجموعات) للتعرف على واقع منتجاتها والخدمات المصاحبة، تصنيف زبائنهم، والإجراءات البيعية وطرق الدفع وتوصيل البضاعة وسياسات الشركة البيعية، تسلسل عملية البيع المعتمدة... الخ - مناقشة المدرب/ة خطة العمل مع كل مجموعة و تزويدهم بالملاحظات	- عمل مجموعات - المناقشة - تغذية راجعة من المدرب/ة	- مراجع مختلفة في موضوع الدعاية والإعلان - مختبر حاسوب وخدمة إنترنت. - دليل وبروشورات شركات التسويق عبر الإنترنت - المواقع الإلكترونية - زيارات ميدانية
التنفيذ	- تنفذ كل مجموعة خطة العمل على الشركة المعينة لها - تلتزم كل مجموعة بالوقت المخصص لتنفيذ الخطة وبالأدوار والمهام المتفق عليها لأعضائها	- مجموعات عمل - زيارات ميدانية - عرض ومناقشة	- مختبر إنترنت ومواقع الكترونية خاصة بشركات معينة - بروشورات تعريفية وكتيبات خاصة بالتعريف بالشركات

التحكم	• إشراف المدرب/ة على تنفيذ المجموعات لخططهم ضمن الاطار الزمني المحدد • التأكد المدرب/ة من تنفيذ المجموعة للمهمة بالشكل الأنسب وبما يترك انطبعا إيجابيا لدى الشركات حول الزيارة الميدانية • مساعدة المدرب/ة المجموعات في مواجهة التحديات خلال تنفيذ الخطة	• النقاش والعصف الذهني • الالتزام بالوقت المحدد • متابعة الزيارات الميدانية	• عرض لدعايات قديمة وحديثة. • قائمة الشركات • بروشورات وكتيبات • زيارات ميدانية
التوثيق والتقديم	• يوثق الطلبة نتائج العمل • تعد كل مجموعة عرض بوربوينت لخطوات عملها ونتائج تنفيذ خدتها • تعرض وتناقش كل مجموعة نتائج عملها والإجابة عن أسئلة المدرب/ة والمتدربين.	• عرض ونقاش • نقاش	• أجهزة العرض والتقديم. • حاسوب. • التدوين في قاعدة بيانات. • توثيق الزيارات بالصور.
• التقييم وإبداء الرأي	• يقارن الطلبة بين ما توصلت إليه المجموعات. • تقديم المدرب/ة التغذية الراجعة • يلخص المتدربون أهم نقاط النقاش	• النقاش الجماعي.	

الأسئلة الرئيسية:

السؤال الأول: لماذا تصنف الشركات زبائننا؟

السؤال الثاني: هل هناك علاقة بين نوع المنتج وتحديد السياسات البيعية؟

السؤال الثالث: كيف يؤثر وجود إجراءات وسياسات بيعية واضحة للشركة على ثقة الزبون بها؟

السؤال الرابع: -ما الفرق بين الإجراءات البيعية والسياسات البيعية؟

أتعلم

كيف تتعرف على الشركة في أول يوم عمل:

- تقوم الشركات الكبيرة بعمل برنامج تعريفى لموظفيها الجدد بهدف تكيفهم مع بيئة العمل بأسرع وقت ممكن بالإضافة إلى زيادة الثقة بالشركة وإدراك عراقتها. إلا أن هذه الممارسة غير موجودة لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة مما يتطلب مبادرة من قبل الموظفين والموظفات الجدد للتعرف على هذه الشركات.
- ويمكن التعرف على هذه الشركات عبر عدة وسائل منها: النشرات والأدلة التعريفية بالشركة، موقع الشركة الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي للشركة، التواصل وطرح الأسئلة على الموظفين والموظفات القدامى أو للمسؤولين.
- كما من الضرورة أن يتعرف موظفو المبيعات الجدد على المنتجات التي تبيعها الشركة عبر أدلتها وكتالوجاتها، بالإضافة إلى الإجراءات والسياسات البيعية المعتمدة في الشركة من أجل الالتزام بها أثناء عمل موظفي المبيعات.
- ويمكن التعرف على الشركة وطبيعة عملها من خلال الاطلاع على رؤية ورسالة الشركة وأهدافها الاستراتيجية بالإضافة إلى هيكلها التنظيمي.

رؤية الشركة: وهي عبارة توصف حلم ما تطمح الشركة الوصول إليهم مستقبلا. وتخاطب العبارة القلب والروح وتصاغ بلغة أدبية ملهمة ورفيعة



رسالة الشركة: وهي مبرر وجود الشركة تصف طريقها وتوجهها نحو المستقبل وتساعد العاملين على فهم دور ومهمة الشركة الرئيسة. ومن الضرورة أن تكون صياغة الرسالة واضحة وسهلة الفهم وقصيرة يسهل تذكرها وتصف: من أنت؟ وماذا تنتج؟ من هم جمهورك؟، ما هي نقاط تميزك؟ ... الخ.

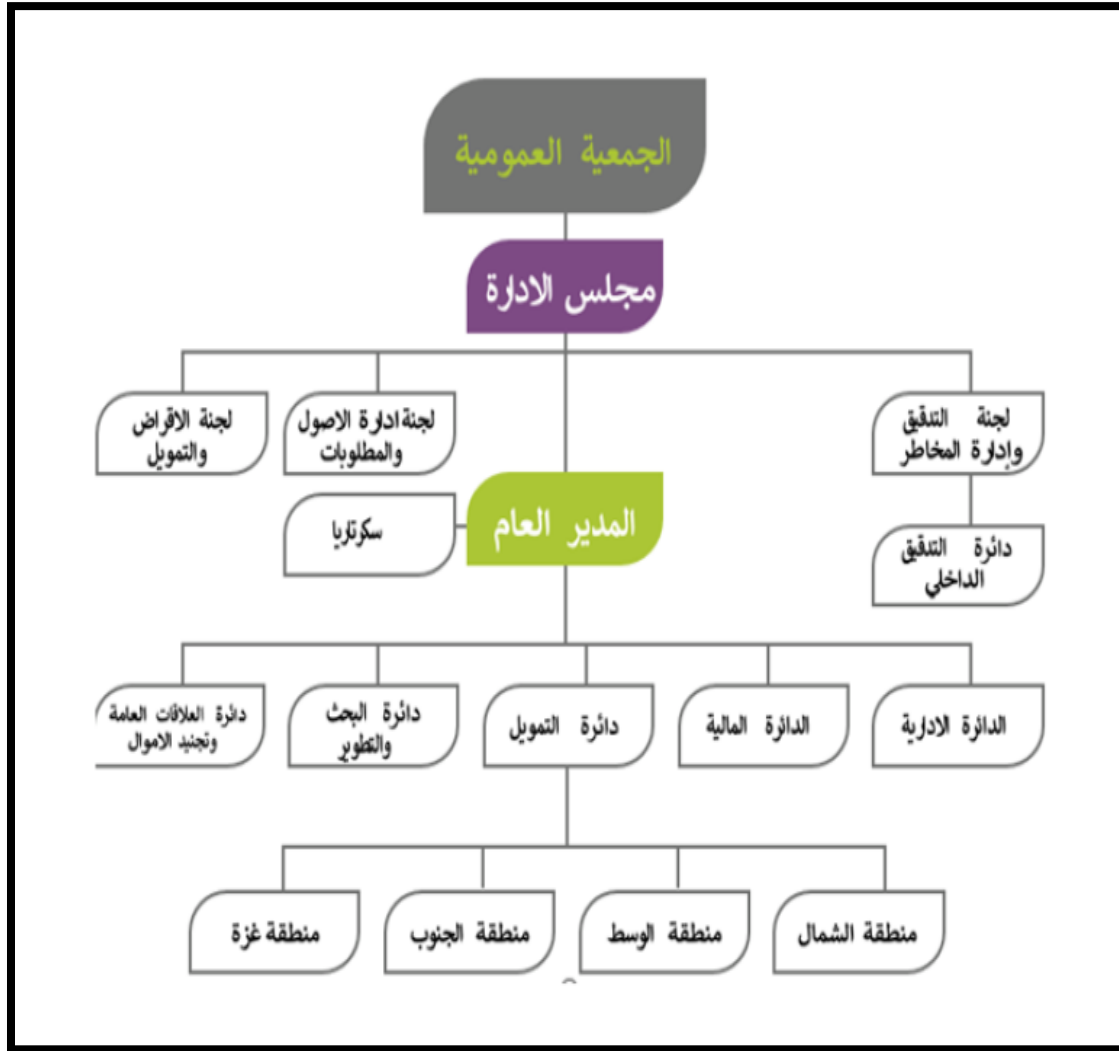


أهداف الشركة: هي نتائج ترغب الشركة من تحقيقها على المدى الزمني البعيد، وهي ترجمة لرسالة الشركة وأكثر تحديدا. ولا يمكن التخلي عن هذه الأهداف: كالاستمرارية، النمو، التميز، السيطرة... الخ.



الهيكل التنظيمي

- يعتبر الهيكل التنظيمي هو الهيكل العظمي لأية منظمة، وهو الذراع الذي يعمل على تحقيق رسالة وأهداف المنظمة.
- ينظم الهيكل العلاقات بين العاملين في المنظمة في جميع المستويات الإدارية ويظهر فيه خطوط السلطة وما تتضمنه من إصدار التعليمات والأوامر بالإضافة إلى الاتصالات بين الوحدات الإدارية والوظيفية في المنظمة.
- يكون الهيكل التنظيمي واضحاً ومكتوباً لدى الشركات الكبرى بينما في كثير من مشروعات الأعمال الصغيرة والمتوسطة لا يكون مكتوباً ويسوده الغموض.
- ويتم بناء الهيكل التنظيمي بناءً على مجموعة من المبادئ أهمها: مبدأ تقسيم العمل، مبدأ الوظيفة، مبدأ تساوي المسؤولية مع السلطة، مبدأ وحدة الأمر... الخ
- أما الخريطة التنظيمية: هي عبارة عن شكل مرسوم يعبر عن الإطار العام للمنظمة ووحداتها الإدارية وخطوط السلطة. والشكل التالي هو مثال:



المهارات والكفايات الشخصية لمن يمارس عملية البيع

- تتطلب أي مهمة أو وظيفة توفر مجموعة من المهارات والكفايات لمن يشغلها حتى يحقق الأداء المطلوب والإنتاجية المستهدفة.
- وتعتبر وثيقة الوصف الوظيفي أحد الأدوات المهمة في وصف المهام والواجبات لكل وظيفة. وبناء عليها يتم وضع شروط شاغل الوظيفة وما يتطلب من مهارات وكفايات.
- ويعرف الوصف الوظيفي بأنه وثيقة تعدها الشركة لكل شاغل وظيفي يظهر على الهيكل التنظيمي للشركة، حيث يوضح في هذه الوثيقة أهم المعلومات عن الوظيفة مثل مكان العمل، المسمى الوظيفي، المسؤول المباشر/ة، الإدارة التي تتبعها الوظيفة، المهام والواجبات... الخ.
- وتكون هذه الوثيقة متضمن محتواها أو مرفقة بعقد العمل الذي توقعه الشركة مع الموظف الجديد.
- وتعتبر الوحدات النمطية لهذه المهنة وما تتضمنه من كفايات مهنية وشخصية واجتماعية ومنهجية هي أهم المهام والواجبات لموظفي المبيعات. حيث تشكل إطارا جامعاً لكل ما يلزم من مهارات وكفايات له ليقوم بوظيفته على أكمل وجه، فمثلاً موظف المبيعات عبر الإنترنت يجب أن يكون قادراً على:

- ❖ التعرف على الشركة ويزيد الثقة بها
- ❖ جمع المعلومات حول المنتج الذي يبيعه
- ❖ جمع المعلومات عن السوق الذي يبيع منتجه فيه
- ❖ البيع المباشر للزبائن
- ❖ البيع عبر الهاتف للزبائن
- ❖ البيع عبر الإنترنت سواء عبر صفحة الشركة الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي
- ❖ استخدام التكنولوجيا في التسويق وعملية البيع
- ❖ تقييم خدمات ما بعد البيع

كفايات موظف البيع

مما لا شك فيه أن نجاح العملية البيعية سواء تمت بشكل مباشر أو عبر الإنترنت ترتبط بشكل كبير بكفاءة موظفي البيع. وحتى تتحقق كفاءة وفعالية موظفي البيع يتطلب توفر مجموعة من المهارات والكفايات المتنوعة.

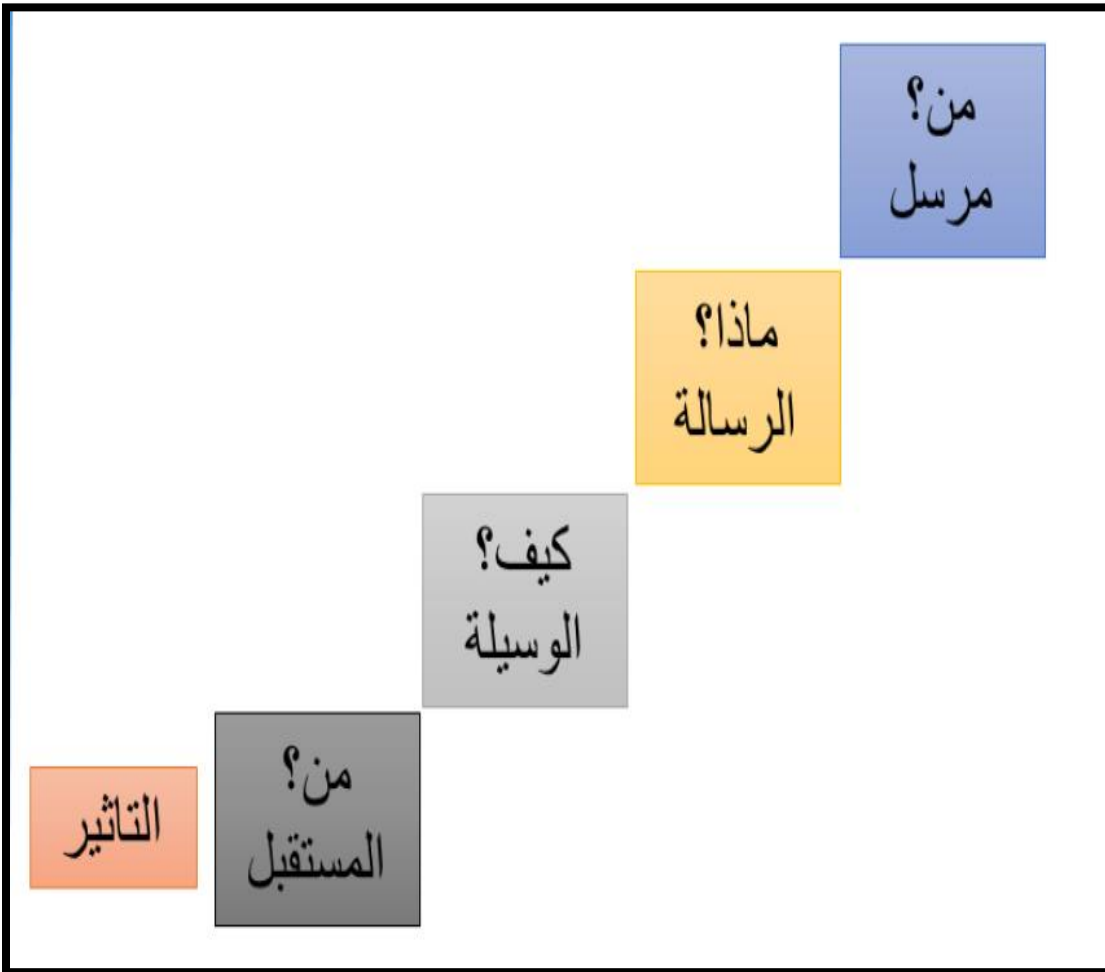
وبناء على تجربة مجموعة من موظفي / ات البيع في إحدى الشركات يمكن ذكر أهم المهارات والكفايات لموظفي البيع بما يلي:

- الثقة بالنفس
- الصبر
- مهارة الاستماع
- القدرة على الإقناع

- المظهر العام
- التواصل وخلق الانسجام مع الزبون
- توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لخدمة عملية البيع

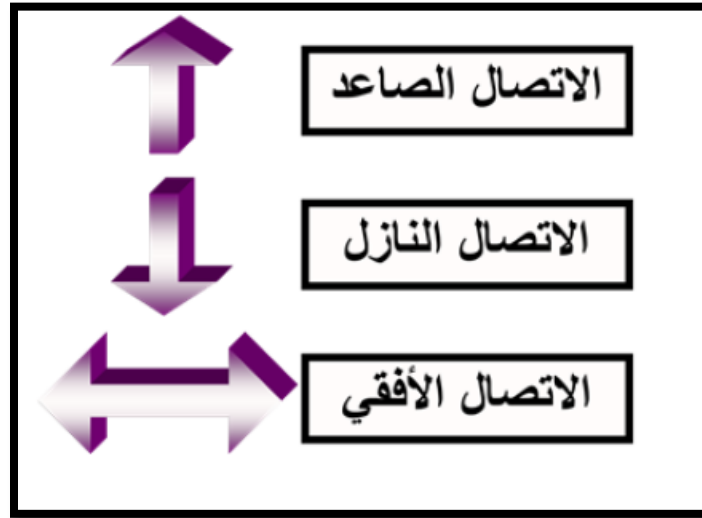
الاتصال الفعال.

- يمارس البشر يوميا مئات الاتصالات سواء على المستوى الشخصي أو على مستوى العمل.
- وكثير من المشاكل التي نواجهها نتيجة اتصالات غير فعالة. فالمستقبل يفهم الرسائل التي نرسلها بشكل غير ما قصد المرسل. وبالتالي هناك العديد من معوقات الاتصال الفعال.
- تتضمن كل عملية اتصال مجموعة من العناصر يمكن توضيحها كالتالي مع الإشارة إلى وجود نماذج مختلفة:



الاتصالات التنظيمية والعمل ضمن فريق

- تعرف الاتصالات التنظيمية على أنها تكوين العلاقات بين العاملين في الشركة ومستوياتهم الإدارية، وتبادل المعلومات والأفكار والتجارب فيما بينهم من خلال وسائل تحددها الإدارة تخدم أهداف المؤسسة بشكل أساسي وتسهل عمل المدير/ين والعاملين في المؤسسة.
- ويوجد أنواع للاتصالات التنظيمية داخل الشركة وهي:
 - ❖ الاتصال الصاعد.. ويكون من المستوى الإداري الأدنى إلى المستوى الإداري الأعلى كرفع التقارير والاقتراحات والتوصيات... الخ
 - ❖ الاتصال الهابط.. ويكون من المستوى الإداري الأعلى إلى المستوى الإداري الأدنى ويكون على صورة أوامر وتعليمات وخطط يطلب من المستوى الأدنى تنفيذها والالتزام بها.
 - ❖ الاتصال الأفقي.. ويكون على نفس المستوى الإداري ويتطلب التعاون، وتقبل الاختلاف، والتعامل بروح الفريق.



الثقافة التنظيمية:

- ما يعبر عن الشخصية الاعتبارية الفريدة للمؤسسة، وأحد مكونات بنائها التنظيمي الخفي وهي مزيج من فلسفة الإدارة العليا الموجهة للعمل، والمعتقدات والقيم السائدة والتي توجه السلوك الوظيفي، والمناخ العام الذي يمارس بها الموظفون أعمالهم بشكل محفز أو محبط، والعادات والأعراف التي تعود الموظفون على ممارستها بشكل تلقائي، واللوائح والقواعد التي توضح ما يجب فعله أو الانتهاء عنه، والتنظيمات وأنماط السلوك التي تحدد كيفية وطريقة القيام بالعمل.
- وهي تعبر عن شخصية المؤسسة وتنبع أهميتها كونها تؤسس بيئة إيجابية داخل المؤسسة تدعم التطوير والإبداع، وترفع من الأداء والإنتاجية وصولاً لتحقيق رسالة وأهداف المؤسسة.

الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك في الشركة:

يعبر الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك سواء كان مكتوبا أو غير مكتوب في الشركة عن ثقافة الشركة السائدة والمكتوبة. ففي الغالب، الشركات الكبيرة يكون لديها وثيقة الميثاق الأخلاقي ، ووثيقة قواعد السلوك ويتم نشرها لجميع العاملين في الشركة، وتوضع برامج تدريبية للعاملين تهدف إلى التذكير بها وتقييمها وتعديلها.

يعرف الميثاق الأخلاقي: وثيقة تصدر عن المؤسسة تتضمن منظومة المعايير الأخلاقية والتوجهات التي تم تحديدها من قبل الإدارة أو الاتفاق عليها ما بين المسؤولين في منظمة العمل وجميع العاملين بحيث تكون مرجعا ومرشدا تحكم وتقوم ممارساتهم وتصرفاتهم في العمل وعلاقاتهم مع الآخرين وتكون بمثابة العقد الملزم للعاملين وأساس تقييم سلوكهم. وترتبط هذه المنظومة بنوعية الأعمال المناطة بها .

الميثاق الأخلاقي

القواعد والأنظمة التي يتبعها العاملون ويلتزمون بها. وهي تجيب عن كيف يتصرف في المواقف المختلفة أثناء العمل وعند تعامله مع الآخرين؟ وتعطي أمثلة على السلوك المناسب وتبين التصرفات غير المقبولة.

قواعد السلوك

قانون العمل الفلسطيني

- قانون العمل الفلسطيني رقم (7) لسنة 2000 مجموعة من القواعد القانونية التي تنظم علاقة العمال مع أصحاب العمل بحيث تضمن حقوق الطرفين آخذة بالاعتبار طبيعة العلاقة التي تربط العامل بصاحب العمل والتي غالبا يكون فيها هو الطرف الضعيف. كما تم استنادا إلى بنود قانون العمل إصدار تشريعات ثانوية موضحة لبنود القانون.
- يوضح قانون العمل الحد الأدنى من الحقوق التي يستحقها كل عامل ينطبق عليه. وهذا يوجب على كل عامل في القطاع الخاص أن يتعرف على حقوقه التي كفلها له قانون العمل الفلسطيني.
- يتكون قانون العمل الفلسطيني من 141 مادة عالجت مجموعة من القضايا هي:

- ❖ تعاريف وأحكام عامة
- ❖ التشغيل والتدريب والتوجيه المهني
- ❖ عقد العمل الفردي
- ❖ علاقات العمل الجماعية
- ❖ شروط وظروف العمل
- ❖ تنظيم عمل الأحداث
- ❖ تنظيم عمل النساء
- ❖ تفتيش العمل
- ❖ إصابات العمل

❖ أمراض المهنة

المراجع

- المواضيع التالية في الكتب الصادرة عن المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني المملكة العربية السعودية:
 - "أنواع رجال البيع"، "سمات البائع الناجح" من كتاب المهارات البيعية
 - الرجوع للمراجع التالية:
 - كتاب السلوك التنظيمي، د. إبراهيم الخالدي، ط1 2012
 - الإدارة الاستراتيجية، الدكتور طاهر الغالبي والأستاذ وائل إدريس، ط1 2007
 - إدارة الموارد البشرية، الدكتور عمر عقيلي، ط1 2005
 - سلسلة كتب المهارات الاستخدامية والحياتية الصادرة عن المشروع البلجيكي
 - مهارات العمل ضمن فريق
 - تمثل أخلاقيات العمل
 - الاتصال الفعال
- مع التأكيد على أهمية الرجوع لمصادر أخرى بما فيها البحث عبر الإنترنت عن مقالات وكتب ذات علاقة للاستفادة والتوسع في الموضوع