المحاضرة الخامسة: تحفيز القوى البيعية

**اولا/ تعريف التحفيز والحاجة إليه**

الحوافز هي أدوات ووسائل يتم بموجبها إشباع حاجات مندوبي البيع عن طريق عمل ونشاط في عملية تحفيز تبدأ بإثارة وتحريك حاجه لدى رجل البيع التي تؤدي فيما بعد الى سلوك يقوم به بقصد إشباع حاجاته وهناك ثلاث شروط يجب توفرها قبل إشباع الحاجة والتي تؤدي الى تعظيم الأداء

**ثانيا/  أنواع الحوافز**

تصنف إلى عدة أنواع هي:

 1- حوافز إيجابية حوافز سلبية

2-  حوافز مادية وحوافز غير مادية

 3- حوافز فردية و حوافز جماعية

 **ثالثا/  أهداف مكافآت وتعويض رجال البيع**

1- من وجهه نظر رجال البيع

* اطمئنان على الدخل وضمان الاستقرار النسبي له وزيادته مع زيادة المجهودات المبذولة.
* التعويض العادل على المجهودات المبذولة مقارنة بالأرباح وأجور المندوبين في مؤسسات أخرى.
* الحصول على الاستقرار النفسي الذي ينعكس على الأداء.

 2- من وجهة نظر المؤسسة

* تحفيز المندوبين لبذل اقصى جهد في أداء مهامهم.
* السيطرة على نشاطات المندوبين وتوجيههم بالشكل الذي يحقق الأهداف البيعية.
* التأكد من حسن معاملة الزبائن.
* جذب والاحتفاظ بالكفاءات العالية من رجال البيع.

 **رابعا/  الطرق الرئيسية لمكافأة مندوبي البيع**

1-  مكافأة مالية : تتنوع الى طريقه المرتب الثابت وطريقة العمولة وطريقة المرتب الثابت مع العموله.

2-  مكافآت غير مالية تأخذ عدة أشكال كتوجيه رسالة شكر وتقدير.

3- طرق مكافآت أخرى تتمثل في الطرق غير التقليدية في التحفيز تغطية  بعض نفقات رجل البيع مثل مجانية العلاج.