

● ممکن است یکی از رقبای شما از انگیزه یا حربه خاصی در فروش استفاده می‌کند.

● ممکن است محصول شما در حال خروج از دور تجاری باشد.

● ممکن است شما نمایندگان فروش خوبی ندارید.

● ممکن است مشتریان از کیفیت محصول یا از زمان تحویل یا خدمات شما راضی نباشند (به عبارت دیگر تعداد زیاد کالاهای معیوب، تاخیر در تحویل و یا کسری در تحویل ممکن است باعث از دست دادن رضایت مشتریان گردد).

اغلب اوقات، وقتی بعضی از تولیدکنندگان انواع مختلفی از یک کالا یا مدل‌های مختلفی را عرضه می‌دارند، فقط ده درصد از آنها می‌توانند فروش خوبی داشته باشند یا سود قابل توجهی بدست آورند. نود درصد بقیه، یا سود کمی بدست می‌آورند یا اصولاً زیان می‌کنند.

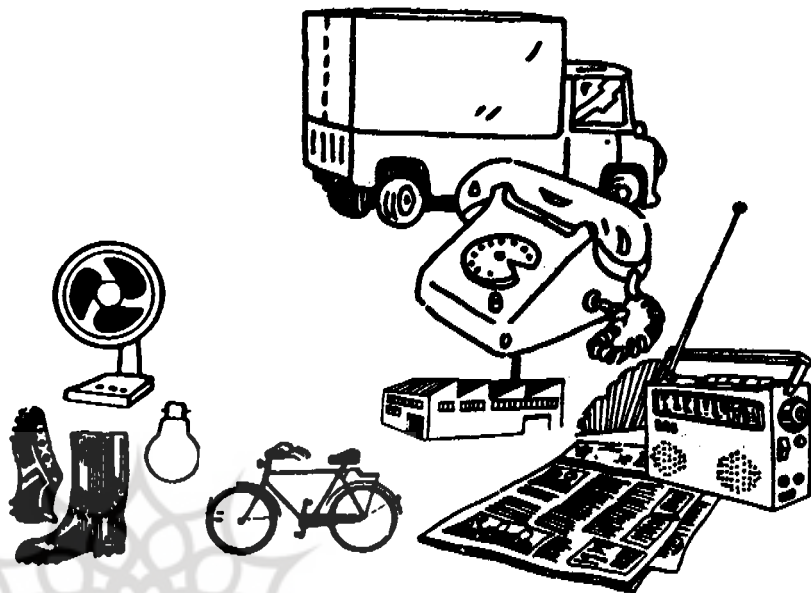
نگهداری آمار فروش این امکان را بوجود می‌آورد که تغییرات فروش در زمان‌های مختلف مطالعه و علل پیدایش آنها بررسی گردد و اگر مشکلاتی شناسایی شد، قبل از اینکه مشکل بیشتری بوجود آید، رفع شود.

یک روش حسابداری خوب شما را قادر می‌سازد نتایج عملیات خود را در قالب پول ملاحظه کنید یعنی متوجه شوید در تولید کدام کالا سود می‌برید و در تولید کدام کالا زیان می‌کنید.

پرداختها و اعتبارات

فروش نسیه و عدم دریافت وجه کالاهای تولید شده و فروش رفته روش درستی نیست خصوصاً اگر مدت فروش نسیه طولانی باشد و شما مجبور شوید برای پرداخت دستمزدها و هزینه مواد کالاهای فروخته شده، مبلغی قرض کنید و یا بهره بردارید.

«حسابهای دریافتی» عنوانی است که حسابداران برای مبالغی که وام گرفته شده و در تولید کالاهایی که به طور نسیه بفروش رسیده



به کسب و کار خود رونق دهید

قسمت نهم

آمار و فروش

تهیه و نگهداری آمار فروش و صحت آن بسیار مهم است هر چه تعداد کالاها یا محصولاتی که می‌فروشید بیشتر باشد، اهمیت آمار فروش بیشتر است. از یک آمار فروش صحیح، شما می‌توانید در موارد زیر استفاده کنید.

● در این مورد که آیا فروش شما صعودی، نزولی یا تقریباً ثابت است و تغییرات سالانه یا ماهانه آن چگونه است؟

● کدام کالا یا محصول فروش خوبی دارد. کدام کالا یا محصول به خوبی به فروش نمی‌رود، روند فروش کدام کالا صعودی و کدام یک نزولی است؟

● در کدام منطقه یا مناطق، فروش کالاها خوب، بد یا متوسط است؟

● طرح یا مدل از نظر مشتریان کدام است؟

● نحوه کار نمایندگان فروش چگونه است؟

● فروش کالاهای جدید در چه وضعی است؟

● آیا کالاهای قدیمی با کاهش فروش مواجه هستند؟

با در اختیار داشتن این اطلاعات، شما می‌توانید مرتباً فروش خود را کنترل کنید. اگر مشاهده کردید، فروش کالاها در حال کاهش است باید علت و چگونگی را کشف کنید.

دلایل کاهش فروش

فروش می‌تواند به دلایل مختلف زیر کاهش یابد:

و وجه آن هنوز دریافت نشده است، به کار می‌برند.

اغلب فروشگاههای کوچک شبکه خرده‌فروشی، به طور نقدی معامله می‌کنند و از فروش نسیه اجتناب می‌ورزند. آنها می‌دانند که اگر فقط یکبار نسیه فروشی کنند، بعضی از مشتریان هیچگاه بدهی خود را نمی‌پردازند.

در مورد روش پرداخت، صراحت داشته باشید - مطمئن شوید که مشتریان شما نیز آن را می‌دانند - و نسبت به آن پافشاری کنید. در این صورت هیچگاه سوء تفاهم بوجود نخواهد آمد. البته می‌دانیم گاهی اوقات، مشتریان بزرگی مانند خریداران دولتی، قوانین شما را زیر پا می‌گذارند و شما نیز نمی‌توانید از معامله با آنها خودداری کنید.

روش پرداخت در معاملات را به نحو روشن و صریح روی صورت‌حساب‌ها قید کنید و با خط درشت و خوانا روی تابلویی بنویسید و آنرا در محل فروشگاه به نمایش بگذارید. شما می‌توانید با اعطای تخفیف به مشتریانی که بطور نقدی خرید می‌کنند و دریافت درصدی اضافه از مشتریانی که پس از مدتی وجوه مربوطه را می‌پردازند (یعنی نوعی جریمه)، به سرعت برگشت نقدینگی خود بیفزایید. این روش می‌تواند به صورت زیر باشد:

● خریدهای نقدی یا نسیه‌های کوتاه‌مدت تا حداکثر دو هفته، ۲/۵ درصد تخفیف.

● خریدهای نسیه، برای هر ماه تاخیر نسبت به تاریخ پرداخت مقرر، ۲ درصد جریمه.

سعی کنید آینده‌نگر باشید. اگر مجبور هستید یک داد و ستد بزرگ را به صورت نسیه انجام دهید، آمار و سابقه پرداخت مشتری را بررسی کنید. بانک طرف حساب شما نیز می‌تواند به شما کمک کند. اگر خریدار بعنوان یک شخص بدحساب معروف شده است، بهتر است از انجام معامله با او خودداری کنید. اگر خریدار می‌تواند در انجام معاملات دیگر شما کمک کند (شخص مهمی است)، بهتر است با او معامله کنید ولو اینکه در این معامله سودی نبرید. بهر حال باید تصمیم بگیرید.

تخفیف

فراشوش نکنید که قیمت‌های شما باید به نوعی تعیین شده باشد که خریداران عمده - دولت، بانکدارها، مشتریان تجاری مانند صاحبان صنایع - بتوانند از تخفیف استفاده کنند. هم‌چنین باید بدانید که اعطای یک تخفیف ۲/۵ درصدی به خریدارانی که مبلغ صورت‌حساب را ظرف مدتی کمتر از یک ماه به شما می‌پردازند، نوعی تمرین تجاری است و باید به آن عادت کنید. این امر باعث می‌شود نقدینگی شما سریع‌تر برگردد. به یاد داشته باشید: همواره تخفیف یا مقداری کاهش قیمت در مورد داد و ستدهای بزرگ در نظر بگیرید. ضمناً شما می‌توانید بلافاصله پس از ارسال کالا، نسبت به ارسال صورت‌حساب اقدام کنید.

روش صحیح تهیه صورت‌حساب

اگر شما اطلاعات و آمار صحیحی در دست داشته باشید، به سرعت می‌توانید صورت‌حساب‌ها را تهیه و ارسال کنید.

شما باید کلیه اطلاعات مورد نیاز مشتری را در صورت‌حساب او بگنجانید. بدین ترتیب مشتریان نمی‌توانند با بحث در مورد صورت‌حساب، پرداخت وجه را به تعویق بيفکنند.

اگر مشتری بخواهد در مورد صورت‌حساب شماره یک بحث نماید، این امر می‌تواند پرداخت را تا مدتی به تعویق اندازد. در این صورت، شما باید جزییات امر را به نحوی که در صورت‌حساب شماره دو بیان شده در



صورت‌حساب قید نموده و برای او ارسال دارید. اگر باز هم مورد مبهمی وجود داشته باشد، می‌توانید در آن مورد با مشتری گفتگو کنید.

به دو صورت‌حساب زیر توجه نمایید:
جدول شماره دو

صورت‌حساب

مبلغ	تعداد	شرح
		- تعویض لوله فاضلاب فلزی و نصب لوله PVC
		- تعویض دو شیشه پنجره
		- تعویض چوب روکش اتاق نشیمن
۳۲۵	۳۲۵	موانع: لوله PVC
۲۲۰	۱۱۰	شیشه پنجره (۱۰۰×۶۰)
۲۱۰	۱۰	چوب روکش (۱۸×۱/۵)
۴۰۰	۴۰	دستمزد: ده ساعت کار
۱۱۵۵		
		مالیات: فقط ده درصد هزینه‌های دستمزد
۴۰	مالیات	
۱۱۹۵	مبلغ کل	

صورت‌حساب کامل

جدول شماره یک

صورت‌حساب

مبلغ	تعداد	شرح
۱۱۹۵		تعمیر منزل و مالیات متعلقه
		مالیات
۱۱۹۵	مبلغ کل	

صورت‌حساب ناقص

بدیهی است که شما مایل نیستید از مشتری بدحساب به دادگاه شکایت کنید. این امر مسلماً برای شما هزینه خواهد داشت. شما می‌توانید

از دو نامه پیگیری متوالی که هر کدام بعد از دو هفته از تاریخ ارسال نامه قبلی ارسال خواهند شد، استفاده نمایید. لحن نامه‌های دوم و سوم به تدریج نسبت به نامه اول شدیدتر می‌شود. اما نهایتاً شما باید تصمیم بگیرید که آیا شکایت از مشتری بدحساب به هزینه‌اش می‌ارزد یا خیر.

نامه اول: قوی ولی مؤدبانه
۶۶/۴/۶

آقای عزیز

براساس دفاتر ما، صورتحساب شما به مبلغ ۴۰۰۰۰ واحد پولی، پس از ۲ ماه از تاریخ مقرر، هنوز پرداخت نشده است. خواهشمند است پس از دریافت این نامه نسبت به ارسال چک بابت بدهی خود اقدام فرمائید.

ارادتمند:

نامه دوم: خشن

۶۶/۴/۲۰

آقای عزیز

علیرغم دریافت یادداشت قبلی، متأسفانه هنوز چکی از جانب شما واصل نشده و حساب شما بدهکار است. لطفاً بلافاصله پس از دریافت این یادداشت چک خود را ارسال دارید و مراتب را تلفنی نیز اطلاع دهید.

با تشکر:

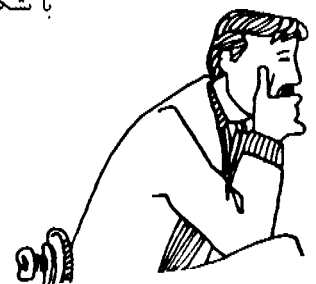
نامه سوم: خشن تر

۶۶/۵/۴

آقا:

علیرغم دو یادداشت گذشته، بدهی شما هنوز پرداخت نشده است. اگر تا هفت روز دیگر از تاریخ مندرج در این یادداشت، بدهی خود را نپردازید، مجبور خواهیم شد برای احقاق حقوق خود از طریق مقامات قضایی اقدام کنیم.

با تشکر:



سئوالات و تمرینات

بخش اول - سئوالات

انتخاب کالاهایی که باید تولید و عرضه شوند.

۱- آیا می‌دانید «تحقیقات بازاریابی» یعنی چه؟

آری خیر

۲- آیا تا به حال برای کالا یا کار و کسب خود

«تحقیقات بازاریابی» انجام داده‌اید؟

آری خیر

۳- آیا آماری از میزان فروش تهیه و نگهداری

می‌کنید تا بدانید کدام کالاها خوب و کدام

کالاها بفروش می‌رسند؟

آری خیر

۴- آیا سعی می‌کنید در تولید یا فروش چند

قلم کالای خاص تخصص پیدا کنید بطوری که

بنگاه شما بعنوان متخصص این رشته شناخته

شود؟

آری خیر

۵- آیا قبل از عرضه کالا یا خدمت جدیدی

اقدامات زیر را انجام می‌دهید؟

الف) - بررسی بازار و مطالعه امکان ارائه کالا

یا خدمتی مشابه کالا یا خدمت شما؟

آری خیر

ب) - بررسی کالاهای رقیب و تلاش در تولید

کالاهایی با مشخصات متفاوت؟

آری خیر

ج) - تلاش در بررسی و سنجش بازار و

دستیابی به نظرات مصرف‌کنندگان قبل از

تولید انبوه و عرضه کالا به عموم مردم

آری خیر

۶- آیا در هنگام فروش محصولاتی که به

تازگی تولید کرده‌اید، سعی می‌کنید

ویژگی‌های کالا و مواردی که آن کالا را از

کالاهای رقیب متمایز می‌کنند، برای مشتری

توضیح دهید؟

آری خیر

۷- آیا اندازه‌ها و کیفیت‌های گوناگون از یک

کالا را عرضه می‌کنید؟

آری خیر

۸- آیا می‌دانید رقبای شما چه کسانی هستند و

کجا فعالیت می‌کنند؟

آری خیر

۹- آیا از میزان فروش ماهانه رقبای خود مطلع

هستید؟

آری خیر

تبلیغات و پیشبرد فروش

۱- آیا معنی عبارت «ترویج فروش کالای

خودتان» را می‌دانید؟

آری خیر

۲- یک نامه اداری که دارای طرح جالب بوده

و مفاد آن با دقت و نظم ماشین شده باشد،

روی دریافت‌کننده اثر خوبی برجای

می‌گذارد، آیا فکر می‌کنید نامه‌های موسسه

شما، روی دریافت‌کنندگان بقدر کافی اثر

خوب برجای می‌گذارند؟

آری خیر

۳- آیا هیچ‌گاه در مورد فروش کالاهای خود

در روزنامه‌ها یا مجلات آگهی تبلیغاتی منتشر

نموده‌اید؟

آری خیر

۴- آیا تا بحال برای مشتریان خود، نامه‌های

خاصی فرستاده‌اید که ضمن آنها مشخصات و

ویژگی‌های کالاهای جدیدی را که عرضه

می‌کنید، توضیح دهید؟

- ۵- آیا فکر می‌کنید اغراق در مورد کالاها یا خدمات شما و خوبتر جلوه دادن آنها نسبت به کالاها یا خدمات مشابه صحیح نیست؟ آری خیر
- ۶- آیا تا به حال از اوراق تبلیغاتی یا پوسترهای خاص برای اطلاع دادن به مصرف‌کننده در مورد آنچه که می‌فروشید استفاده کرده‌اید؟ آری خیر
- ۷- آیا تا به حال از مشتریان جدید خود پرسیده‌اید چگونه با نام شما آشنا شده‌اند و چه چیز باعث شده است از شما خرید کنند؟ آری خیر
- ۸- آیا می‌دانید معنی عبارت «تبلیغات در محل فروش» چیست؟ آری خیر
- ۹- آیا تا به حال به مشتریان خود کالاهایی مانند تقویم، دفتر سررسید، مداد یا یادداشتهایی که نام شما یا موسسه شما روی آن چاپ شده باشد را هدیه داده‌اید؟ آری خیر
- ۱۰- آیا تا به حال لیستی از کالاهایی که مدت‌ها در انبار یا قفسه‌ها مانده و فروش نرفته و مایل هستید آنها را با تخفیف فوق‌العاده‌ای بفروشید، تهیه کرده‌اید؟ آری خیر

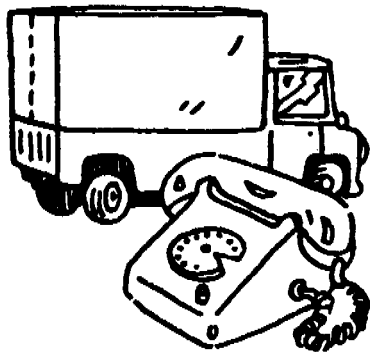
توزیع

- ۱- آیا مطمئن هستید که روش فعلی حمل و نقل و توزیع کالای شما، ارزان‌ترین و بهترین روش است؟ آری خیر
- ۲- آیا سعی کرده‌اید روشهای دیگری را نیز بکار بندید؟ آری خیر

- ۳- آیا واقعاً فکر کرده‌اید، مشتریان شما چند نفرند؟ چه کسانی هستند؟ و در کدام مناطق فعالیت می‌کنند؟ آری خیر
- ۴- آیا در این مورد فکر کرده‌اید که کار کردن با یک عمده‌فروش مقرون به صرفه‌تر است یا ایجاد یک شبکه توزیع مشخصی که بعنوان نماینده فروش عمل کند؟ آری خیر
- ۵- آیا واقعاً تعداد شکایات مصرف‌کنندگان و مشتریان در مورد نحوه دریافت کالاها یا سفارشی آنها نادر است؟ آری خیر
- ۶- آیا شما با اشخاص و موسسات خریدار کالاهای خود ملاقات می‌کنید و نظرات آنها را درباره کالای خود جویا می‌شوید؟ آری خیر
- ۷- آیا تا به حال خودتان کالای خود را به مشتری تحویل داده‌اید؟ آری خیر
- ۸- آیا تا به حال در مورد ابداع یک روش سریع تحویل کالا به مشتریانی که در ابعاد زیاد خرید می‌کنند و وجهه آن را نیز نقداً می‌پردازند، فکر کرده‌اید؟ آری خیر
- ۹- آیا اصولاً برای شما امکان دارد تا روش



- بهتری در مورد توزیع کالا به مشتریان عمده اتخاذ کنید؟ آری خیر
- ۱۰- آیا شخصاً به ملاقات و مذاکره با مشتریان عمده می‌روید؟ آری خیر
- مدیریت نمایندگی‌های فروش**
- ۱- آیا مزایای اداره یک سیستم فروش به کمک عوامل سازمانی را با مزیت‌های بکارگیری عمده فروش یا نماینده فروش مقایسه کرده‌اید؟ آری خیر
- ۲- آیا مطمئنید که شخصی که از جانب شما کالای شما را می‌فروشد، موسسه شما و کالای شما را خوب می‌شناسد و می‌تواند در مورد آن به بهترین وجه صحبت کند؟ آری خیر
- ۳- آیا به شکایاتی که از مشتریان می‌رسد، همان روز رسیدگی می‌کنید؟ آری خیر
- ۴- آیا شخصی که کالای شما را می‌فروشد، آموزش‌های لازم را دیده است و می‌تواند مزایا و منافع استفاده از کالا را برای مشتریان احتمالی شما توضیح دهد؟ آری خیر
- ۵- آیا برای فروشندگان خود، پاداش یا عوامل انگیزشی اضافی در قبال فروش‌های خوب در نظر گرفته‌اید؟ آری خیر
- ۶- آیا برای اطلاع از چگونگی رضایت مشتریان، شخصی را تعیین کرده‌اید که به ملاقات مشتریان برود و در مورد رضامندی مشتری از کالا تحقیق نماید؟ آری خیر
- ۷- آیا اوراق چاپی یا جزوه‌های کوچکی که



سفرشاتی که از هر کدام از فروشندگان خود دریافت داشته‌اید چقدر بوده است؟

آری خیر

۲- آیا تعداد کل سفارشات یا آمار فروش واقعی هر سال را می‌دانید؟

آری خیر

۳- آیا می‌دانید که در هر داد و ستدی که انجام می‌دهید، سود می‌برید یا زیان می‌کنید؟

آری خیر

۴- آیا می‌توانید بگویید هر کدام از کالاهای شما پس از چه مدت قدیمی و از نظر فروش با مشکل مواجه می‌شود؟

آری خیر

۵- آیا می‌توانید سریعاً بگویید کدام یک از تولیدات شما، بالاترین رقم فروش سالانه را داشته است؟

آری خیر

۶- آیا پس از پایان هر ماه، با تانی و دقت آمار فروش آن ماه را با آمار فروش ماه مشابه سال قبل مقایسه می‌کنید؟

آری خیر

۱- آیا در مورد پرداخت‌ها و اعتبارات (فروش نسبه)، قوانین و قواعدی وضع کرده‌اید و آنها را به وضوح روی برگه‌های استعمال و صورت‌حساب‌ها چاپ نموده یا در محل کار در معرض دید مشتریان قرار داده‌اید؟

آری خیر

۲- آیا قیمت‌های شما به گونه‌ای است که در مورد مشتریان عمده بتوانید به آنها تخفیف بدهید؟

آری خیر

۳- آیا پس از هر فروش نسبه، صورت‌حساب

آری خیر

۴- آیا پس از هر فروش نسبه، صورت‌حساب

حاوی توضیحاتی در مورد کالا یا خدمت شما باشد برای اطلاع مشتریان بطور اجمالی تهیه کرده‌اید؟

آری خیر

۸- آیا مطمئن هستید که می‌توانید به کارکنان خود بگویید هر کدام از شما نماینده این موسسه است و باید سعی کند سهمی در فروش داشته باشد؟

آری خیر

۹- آیا مطمئن هستید که به مکاتبات فروش، سفارشات مشتریان و درخواست‌ها و استعلام‌ها سریعاً پاسخ داده می‌شود؟

آری خیر

۱۰- آیا آمار کتبی فروش را به منظور تشخیص مقدار کالا یا خدمتی که در ماه گذشته توسط فروشندگان معین فروخته شده، تهیه و نگهداری می‌کنید؟

آری خیر

آری خیر

آمار فروش

۱- آیا براساس آمار فروش خود می‌توانید به سوالات زیر پاسخ دهید:

(الف) - روند فروش شما در هر ماه معین، صعودی یا نزولی است؟

آری خیر

(ب) - کدام یک از کالاها یا خدمات از نظر فروش خوب یا بد هستند؟

آری خیر

(ج) - در کدام منطقه از شهر یا کشور، کالای شما دارای آمار فروش خوب یا ضعیفی است؟

آری خیر

(د) - آیا در طول سال گذشته، افزایش یا کاهش قابل توجهی در آمار فروش انواع کالاهای شما وجود داشته است؟

آری خیر

(ه) - در طول دوازده ماه گذشته، تعداد

مربوطه را پس از یک هفته از تحویل کالا برای مشتری می‌فرستید؟

آری خیر

۴- آیا در مورد هر مشتری جدیدی که بخواهد کالایی را به طور مدت‌دار خریداری نماید، از بانک خود می‌خواهید تا وضعیت اعتباری و خوش‌حسابی یا بدحسابی وی را از بانک او استعلام نماید؟

آری خیر

۵- آیا سعی می‌کنید با سئوالات شفاهی از افرادی که قبلاً با مشتریان جدید شما داد و ستد داشته‌اند نسبت به توان مالی آن تحقیق کنید؟

آری خیر

۶- آیا به مشتریان خود می‌گویید در صورت خرید نقدی به آنها تخفیف می‌دهید؟

آری خیر

۷- آیا هر ماه نام و مشخصات مشتریان بدهکار و زمان تاخیر در تأدیه بدهی آنها را یادداشت می‌کنید؟

آری خیر

۸- آیا مشتریانی را که در تأدیه بدهی خود تأخیر می‌کنند، با دریافت چند درصد اضافه بر صورت‌حساب، جریمه می‌کنید؟

آری خیر

۹- آیا شخصاً به ملاقات و مذاکره با مشتریانی

آری خیر

آری خیر

ماهها	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
صابون الف	-	-	-	۴۰	۵	۷	۹	۱۲	۱۱	۱۰	۱۱	۱۱
صابون ب	۲۰	۱۹	۱۹	۱۲	۱۲	۱۱	۱۰	۷	۵	۳	۲	-
صابون ج	۲۲	۲۲	۲۱	۲۱	۲۰	۱۹	۱۰	۱۹	۲۰	۶	۴	۳
جمع کل	۴۴	۴۳	۴۰	۳۷	۳۷	۳۷	۲۹	۳۸	۳۶	۱۹	۱۷	۱۴

* تولید صابون نوع الف در تیرماه آغاز شده است.

(ب) - آیا می‌توانید یک دلیل احتمالی برای کاهش فروش صابون نوع (ب) ارائه نمایید.

(ج) - آیا می‌توانید دو راه کار برای افزایش فروش صابون در سال آینده پیشنهاد کنید؟

(۱)

(۲)

۷- شغل آقای (س)، تهیه و فروش ماشین‌های ثبت زمان ورود و خروج کارمندان است.

قیمت تک فروشی معمولی او برای مشتریان ۲۷۰ واحد پولی است. بازار در شرایط رقابتی شدیدی است و آقای (س) باید در مورد

اعطای تخفیف به مشتریانی که در هر نوبت، بیش از یک دستگاه خریداری می‌نمایند،

تصمیم بگیرد. او به مشتریانی که بین ۵ تا ۱۰ دستگاه در هر نوبت خریداری نمایند، ۵

درصد و به مشتریانی که بین ۱۰ تا ۵۰ دستگاه در هر نوبت خرید نمایند، ۱۰ درصد تخفیف

می‌دهد. یک روز، شرایطی پیش آمد که وی در مقابل یک پیشنهاد خرید ۱۰۰ واحدی

قرار گرفت. در این مساله، قیمت فروش هر دستگاه برای مشتری عمده ۱۰۰ واحدی را

تعیین کنید.

حال که تمرینات مربوط به کار و کسب خود را به پایان رساندید، قسمت برنامه‌های عملیاتی را مطالعه کنید. در آن قسمت، پاسخ

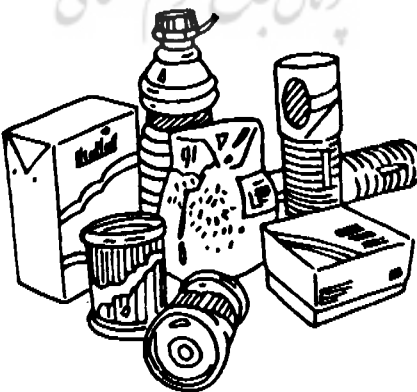
سئوالات طرح شده را ملاحظه خواهید نمود. پاسخ‌های خود را با پاسخ‌های ارائه شده در آن

قسمت مقایسه کنید. به چند سؤال پاسخ صحیح داده‌اید؟

حالا به کتاب راهنما مراجعه کنید و مطالب مربوط به بازاریابی را مجدداً مطالعه نمایید. آن

وقت متوجه خواهید شد که حل تمرینات داده شده چقدر آسان است.

شماره ۶۳ / آذر ۷۵ / تعاون ۷۷



می‌روید که بیش از دو ماه در پرداخت بدهی خود تأخیر کرده‌اند؟ آری خیر

۱۰- آیا در مورد وصول بدهی مشتریان، خط‌مشی مشخصی دارید؟ در صورتی که

جواب مثبت است، ذیلاً آن را توضیح دهید:

.....
.....

بخش دوم - تمرینات

۱- کدام یک از فعالیت‌های زیر را در یک برنامه تحقیقات بازاریابی منظور می‌نمایید؟ با

علامت (X) مشخص کنید:

- سؤال از مشتری دوباره کالاهای خودتان

- سؤال از همسران و جوایا شدن عقیده وی

- تحقیق در مفاد کاتالوگ‌های بنگاه

- کنترل و بررسی دفتر سفارشات

- تحقیق از نمایندگان فروش

۲- قبل از اینکه اقدام به ساخت یا فروش کالایی بنمایید، در چه مواردی باید تصمیم

بگیرید؟ چهار مورد از آنها را نام ببرید.

(الف)

(ب)

(ج)

(د)

۳- در سطور زیر چهار نوع از فعالیت‌هایی را که می‌توانید به کمک آنها فروش کالا یا

خدمت خود را افزایش دهید و مشتری به خاطر آن فعالیت‌ها، کالا یا خدمت شما را انتخاب خواهد کرد، نام ببرید.

(الف)

(ب)

(ج)

(د)

۴- در هنگام انتخاب یک نماینده فروش، چه عواملی از نظر شما مهم هستند؟

(الف)