



دليل البائع الناجح

كيف تصبح بائع إطارات متميز

Successful Salesman Guide

How to Become a Unique Tire Salesman

تأليف

عبداللطيف سعيد العمودي



ح) عبداللطيف سعيد العامودي، ١٤٣٦هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
العامودي ، عبداللطيف سعيد
دليل البائع الناجح/ عبداللطيف سعيد العامودي - جدة،
١٤٣٦ هـ
٥٢ ص، ٢٩،٧ سم

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٠١-٧٨٩٠-٢
١ - إدارة المبيعات ٢- البيع ٣- التسويق ٤- العنوان
ديوي ٨١، ٦٥٨ ١٤٣٦/٤٢١٦

رقم الإيداع: ١٤٣٦/٤٢١٦
ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٠١-٧٨٩٠-٢

دليل البائع الناجح

كيف تصبح بائع إطارات متميز

Successful Salesman Guide

How to Become a Unique Tire Salesman

تأليف

عبداللطيف سعيد العمودي

مقدمة

تعتبر الإطارات للمركبة بمثابة القدمين للإنسان، ويعتبر اختراع الإطارات المطاطية من أكثر الابتكارات فائدة لعالم المواصلات، والسفر، والانتقال في القرن التاسع عشر. حيث تم تسجيل براءة اختراع أول إطار ينفخ بالهواء في عام ١٨٤٥ م، وقد كانت الإطارات قديمًا تصنع من المطاط الطبيعي (Natural Rubber) بدرجة كبيرة بعد خلطة بمواد عديدة تمنحه المتانة مع المرونة، إلا أنه في الآونة الأخيرة أصبح جزءًا كبيرًا من مكونات إطارات سيارات الركاب تصنع من المطاط الصناعي (Synthetic Rubber).

وتنقسم الإطارات من ناحية الهيكل إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

١- إطارات النايلون (Bias): ولا زالت تستخدم في صناعة الإطارات الزراعية، والصناعية، والنقل.

٢- إطارات الراديال أو الشعاعي (Radial): وهذا هو النوع الشائع حاليًا وتم اختراعه من قبل عالين بريطانيين في عام ١٩١٤ م، هما هاملتون (G. H. Hamilton)، وسلوبير (T. Sloper)، ولكن تم تعريفه في الأسواق في منتصف عام ١٩٥٠ م.

٣- إطارات الصلب (Solid): وتستخدم للرافعات الشوكية (Forklift)، وللأغراض الصناعية.



إطارات الصلب
(Solid)



إطارات الراديال
أو الشعاعي
(Radial)



إطارات النايلون
(Bias)

إن المتأمل في حجم أسواق الإطارات ليدعش من الكم الهائل لعدد مصانع الإطارات في العالم، ومن حجم الاستهلاك أيضًا، كما ينبغي الإشارة إلى أن عملية تسويق الإطارات ليست عملية سهلة، وذلك لأن المواصفات والمزايا والفوائد ليست أمراً واضحاً للمستهلك، أو الزبون عندما يرغب في شراء الإطار، وذلك على خلاف عندما يرغب في شراء كاميرا أو هاتف محمول، فإن المواصفات تبدو واضحة المعالم وكما يقول أحد خبراء البيع:

“If you can not smell them. You can not sell them”

أي إذا كنت لا تستطيع شم رائحتهم، لا يمكنك بيعهم. مما يوحي بأهمية الحواس الخمس عند تسويق المنتجات. وهذا مما دفعني إلى فكرة إعداد هذا الإصدار ليكون قائداً ودليلاً لمدوبي بيع الإطارات ومقدمي الخدمات والبائعين. حيث جمعت فيه ما أمكن من معلومات ومهارات من عدة مصادر. إضافة إلى خبرتي في هذا المجال منذ أن التحقت بالعمل في شركة سعيد محمد العمودي المحدودة في عام ١٤٠٠هـ/١٩٨٠م.

وأحسب أن محتوى هذا الإصدار فيه فائدة لمن يرغبون التميز في هذا المجال. ولا أدعي أنه قد حوى كافة المهارات المطلوبة لرجل البيع، إلا أن فيه من الفوائد ما يغني للمهتمين. وفي الحقيقة فإن التقنيات والمهارات المذكورة في هذا الإصدار ليست خاصة ببائعي الإطارات وحدهم، ولكنها صالحة لبائعي أي منتجات أو خدمات أخرى، ويمكنهم الاستفادة منها وتطبيقها على منتجاتهم سواء كانوا يبيعون أجهزة كهربائية، أو إلكترونية، أو قطع غيار، أو غير ذلك. وكثير من هذه الأفكار مذكورة بالتفصيل في كتاب (أساسيات البيع ومبادئ النجاح)، ولكن اقتصر في هذا الجهد الذي بين يديك على الأمثلة التي تخص بائعي الإطارات لمزيد من التخصص.

عبد اللطيف سعيد العمودي

تمهيد

إن محتويات هذا الجهد الذي بين يديك تم جمعها من مصادر مختلفة. وكان الغرض منها أساسًا أن يكون لدى رجال ومندوبي ومشرفي بيع الإطارات، مذكرة تحوي معظم ما يحتاجون لمعرفة عن منتجاتهم من الناحية الفنية، ومن أساليب التسويق الناجحة. ولقد اعتمدت في جانب مهارات البيع على مذكرة باللغة الانجليزية تحت مسمى سمات البائع الناجح (Attributes Of Successful Salesman)، حصلت عليها منذ عدة سنوات ولا أعرف مصدرها. وقد استفدت من قراءتها كثيرًا، وأحببت أن يستفيد منها كل مهتم أو يعمل في مجال الإطارات، حيث أن المكتبة العربية تفتقد لوجود كتب أو مراجع متخصصة في هذا العلم، ومن خلال احتكاكي برجال البيع وجدت أن كثيرًا من هذه المعلومات ناقصة لديهم، فاجتهدت في جمعها لتكون مرجعًا يستفاد منه، ولا أدعي أنها تحوي كل ما ينبغي معرفته في عالم الإطارات ولكنها جهد المقل، وخطوة أرجو من زملائي في هذا الحقل أن يبادروا لعمل مشابه يكون أكثر نفعًا. على أن يراعوا عدم التكلف، والتعقيد وأن يبسطوا المعلومة بقدر المستطاع؛ لأن غالبية من يعمل في هذا المجال لا يحتاجون لمعرفة حجم، وكمية، ونوعية، كل مادة كيماوية دخلت في تصنيع الإطارات، وإنما ذلك من شأن صانعي الإطارات.

أما الجوانب الفنية في هذا الكتاب، فقد تم تجميعها من مصادر مختلفة، ومن مذكرات، ومواقع، وأدلة، وكتب صانعي الإطارات العالمية. كما هو موضح في المراجع. وقد حرصت على أنتقاء ما يفيد منها (وكلها مفيد) إن شاء الله.

هناك تقنيات وتفصيل أكثر للراغبين في المزيد من فنون البيع مدونة في كتاب (أساسيات البيع ومبادئ النجاح)، وقد جمعت مادته من عدة كتب ودورات ومواقع ومشاهدات عديدة. أرجو أن يكون هذا العمل وغيره مما يبتغى به وجه الله تعالى.

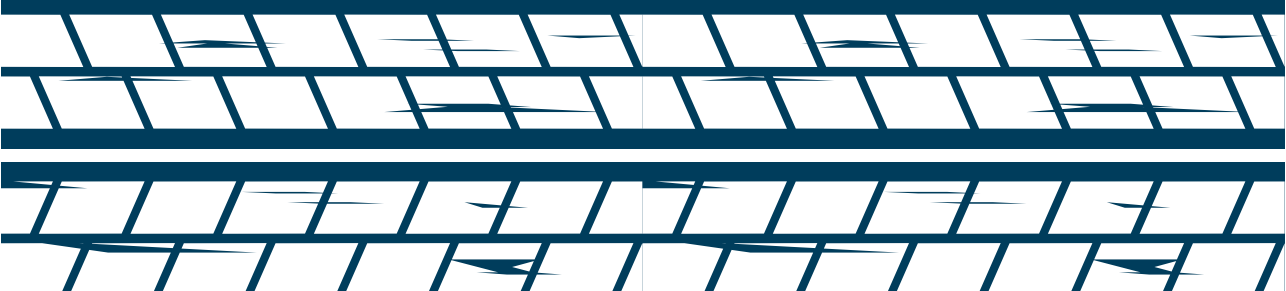
المؤلف



الفصل الأول

معلومات أساسية عن الإطارات

Tire Basic Knowledge



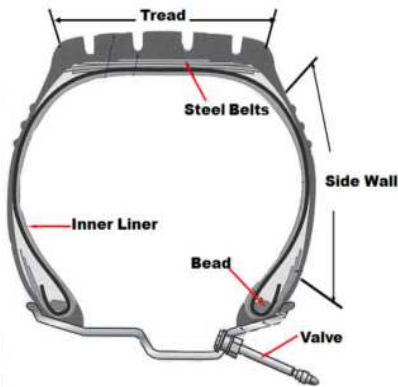
معلومات أساسية عن الإطارات (Tire Basic Knowledge)

وظائف الإطارات الأساسية (Tire Functions):

	مساعدة وزن السيارة (حمل الأوزان). Supporting the Vehicle Load	١
	امتصاص اهتزازات السيارة الناتجة عن سطح الطريق. Absorbing Shocks from the Road Surface	٢
	نقل قوة السحب والفرملة إلى سطح الطريق. Transmitting Traction and Braking Forces to the Road Surface	٣
	تغيير اتجاه السيارة بأمان. Changing and Maintaining the Direction of Travel	٤

أجزاء الإطار الرئيسية (Tire Construction):

- المداس أو الدعسة (Tread): وهو الجزء الخارجي للإطار وموضع تلامس العجلة مع الطريق.
- الحائط الجانبي (Side Wall): وهي عبارة عن الجزء الجانبي للإطار من الجهتين.
- حرزة اللحام (Bead Wire): وهي الحلقة المعدنية المحيطة بالعجل؛ لتأمين وتثبيت الإطار مع حافة الجنط.
- الطبقات (Steel Belts): وهي عبارة عن طبقات من الفولاذ أو من نسيج النايلون،



للمحافظة على صلابة ومتانة وثبات المداس وحمايته من البشعر، وعادة ما تكون طبقتان في سيارات الركاب وأربعة، أو أكثر في إطارات مركبات النقل، والشحن، والمعدات الصناعية، والإنشائية.

- البطانة الداخلية (Inner Liner): وهي الطبقة الداخلية من المطاط في الإطار للمحافظة على ضغط الهواء من التسرب (التنسيم).

تعيين حجم الإطار (Tire Designation)

أولاً: إطارات سيارات الركاب الراديال (Passenger Radial):
يمكن تعريف المقاس (185/70R14 98H) كالتالي:

185	70	R	14	98	H
عرض الإطار بالملم	نسبة الارتفاع إلى العرض	راديال	قطر الجنط بالبوصة	رمز الوزن	رمز السرعة
Section Width (mm)	Aspect Ratio (%)	Radial	Rim Diameter (inch)	Load Index	Speed Symbol

ثانياً: إطارات الشاحنات والأوتوبيسات الراديال ((Truck&Bus Radial):
يمكن تعريف المقاس (1200R24 18PR 160/156 K) كالتالي:

12.00	R	24	18PR	160/156	K
عرض الإطار بالإنش	راديال	قطر الجنط بالبوصة	عدد الطبقات	رمز الوزن	رمز السرعة
Section Width (inch)	Radial	Rim Diameter (inch)	Ply Rating	Load Index	Speed Symbol

كما يمكن تعريف المقاس (315/80R22.5 156/150L) كالتالي:

315	80	R	22.5	156/150	L
عرض الإطار بالملم	نسبة الارتفاع إلى العرض	راديال	قطر الجنط بالبوصة	رمز الوزن	رمز السرعة
Section Width (mm)	Aspect Ratio (%)	Radial	Rim Diameter (inch)	Load Index	Speed Symbol

ويمكن تعريف المقاس (12 R 22.5 152/148L) كالتالي:

12	R	22.5	148/152	L
عرض الإطار بالإنش	راديال	قطر الجنط بالبوصة	رمز الوزن	رمز السرعة
Section Width (inch)	Radial	Rim Diameter (inch)	Load Index	Speed Symbol

ثالثاً: إطارات النقل الخفيف الراديال (Light Van Radial):

يمكن تعريف المقاس (195 R 14 C 8PR 106/104 N) كالتالي:

195	R	14	C	8PR	104/106	N
عرض الإطار بالملم	راديال	قطر الجنط بالبوصة	نقل خفيف	عدد الطبقات	رمز الوزن	رمز السرعة
Section (Width mm)	Radial	Rim Diame- ter (inch)	Commercial	Ply Rating	Load Index	Speed Symbol

رابعاً: إطارات الشحن الخفيف (Light Truck Radial):

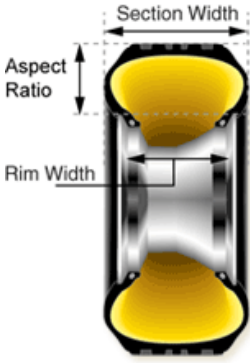
يمكن تعريف المقاس (LT 225/70R15 8PR 112/110R) كالتالي:

LT	225	70	R	15	8PR	112/110	R
شحن خفيف	عرض الإطار بالملم	نسبة الارتفاع إلى العرض	راديال	قطر الجنط بالبوصة	عدد الطبقات	رمز الوزن	رمز السرعة
Light Truck	Section Width (mm)	Aspect Ratio (%)	Radial	Rim Diameter (inch)	Ply Rating	Load Index	Speed Symbol

خامساً: إطارات المعدات الثقيلة (Off The Road & Earthmover):
يمكن تعريف المقاس (1800 R 25 32PR L3) كالتالي:

18.00	R	25	32PR	L3
عرض الإطار بالإنش	راديال	قطر الجنط بالبوصة	عدد الطبقات	رمز الاستخدام
Section Width (inch	Radial	Rim Diameter (inch	Ply Rating	TRA Code of Tire Application

- عرض الإطار (Section Width): هو عرض المداس بالمليمتر (من الجدار الجانبي إلى الجدار الجانبي). أثناء نفخ الإطار وبدون حمل.
- نسبة الارتفاع (Aspect Ratio): هي النسبة العرض إلى الارتفاع. ويعبر عنها بنسبة مئوية.
- راديال (Radial): أي إطار مكون من طبقة، أو أكثر من البناء الشعاعي أو من الأسلاك الفولاذية.
- قطر الجنط (Rim Diameter): أي القطر الكلي للجنط بالبوصة (الإنش).
- رمز/مؤشر السرعة (Speed Symbol): يشير رمز السرعة إلى السرعة التي يمكن للإطار من خلالها أن يحمل الوزن، مقارنة مع رمز الوزن تحت ظرف الالتزام بشروط الخدمة المذكورة من قبل المصنع.



Y	W	V	H	T	S	R	رمز السرعة
300	270	240	210	190	180	170	السرعة القصوى [كلم/الساعة]

- رمز/مؤشر الوزن أو الحمولة (Load Index): يشير رمز الوزن إلى الحد الأعلى للوزن الذي يمكن للإطار أن يتحمله. وهو عبارة عن رمز من الأرقام يتناسب مع الوزن الذي يمكن للإطار أن يحمله ضمن السرعة المحددة من قبل بواسطة رمز السرعة للإطار تحت ظرف الالتزام بالشروط المحددة من قبل المصنع. والرمز الموضح هو للإطار الواحد.

مثال: رمز وزن إطار هو (٩٠) أي أن الحمولة القصوى للإطار الواحد (٦٠٠) كغم، فإذا أردت معرفة مقدار الحمولة القصوى للمركبة نقوم بمضاعفة الرقم ٦٠٠ × عدد الإطارات.

الوزن / كغم	رمز الوزن	الوزن / كغم	رمز الوزن	الوزن / كغم	رمز الوزن	الوزن / كغم	رمز الوزن
1090	111	825	101	615	91	462	81
1120	112	850	102	630	92	475	82
1150	113	875	103	650	93	487	83
1180	114	900	104	670	94	500	84
1210	115	925	105	690	95	515	85
1250	116	950	106	710	96	530	86
1280	117	975	107	730	97	545	87
1325	118	1000	108	750	98	560	88
1360	119	1030	109	775	99	580	89
1400	120	1060	110	800	100	600	90

(جداول تعريف رمز الوزن): ويمكن الرجوع لدليل المستخدم لمصنعي الإطارات للمزيد من المعلومات.

عدد الطبقات	رمز الوزن
2	A
4	B
6	C
8	D
10	E
12	F
14	G
16	H
18	J
20	L
22	M
24	N

جدول مقارنة رمز الوزن بعدد الطبقات

إرشادات الجدار الجانبي (Sidewall Designations)



تاريخ صنع الإطار (Tire Production Date)



UTQG

ماهو المقصود بكلمة (UTQG)؟ تعني باللاتينية (Uniform Tire Quality Grading) وتشير كلمة (UTQG) إلى درجة نوعية الإطار المتماثلة، ويهدف تحديد درجة نوعية الإطار المتماثلة، إلى مساعدة العملاء في الاختيار المبني على معلومات. وذلك عند قيامهم بشراء إطارات سيارات الأفراد.

تم تحديد درجة نوعية الإطار المتماثلة (UTQG) من قبل: (الهيئة الفيدرالية لمقاييس السلامة الخاصة بالسيارات) في الولايات المتحدة الأمريكية.

هذه المقاييس تنطبق على الإطارات الجديدة المستخدمة في سيارات الركاب داخل الولايات المتحدة الأمريكية.

(باستثناء النوع الخاص بفصل الشتاء، والإطار الاحتياطي المؤقت، والإطارات التي يكون قطرها ١٢ إنش أو أقل).

ويمكن شرح المصطلحات الموجودة على جانب الإطار والتي تمثل درجة نوعية الإطار المتماثلة كما يلي:

هي درجة مقارنة تم أخذها تحت ظروف معينة باختبارات حكومية محددة. والدرجة المذكورة موجودة على شكل رقم (مثل 280)، ويجب ألا تقل هذه الدرجة عن 100 درجة في إطارات سيارات الأفراد.	درجة تآكل المداس (Tread Wear)
تشير درجة السحب إلى مقدرة الإطار على التوقف في حالة تبلل الطريق، ويتم إجراء القياس تحت ظرف شروط محددة من قبل اختبارات حكومية للأسطح التي تكون من الأسفلت والتي تكون من الاسمنت.	درجة السحب (Traction)

ويتم تحديد درجة السحب لكل إطار بناء على اختبار التوقف المباشر للفرامل، ولا يشمل ذلك التسارع، أو القيادة بزاوية، أو المنزلة، أو السحب الزائد.

AA	A	B	C
عالي جدًا	عالي	متوسط	منخفض

(جدول درجات السحب)

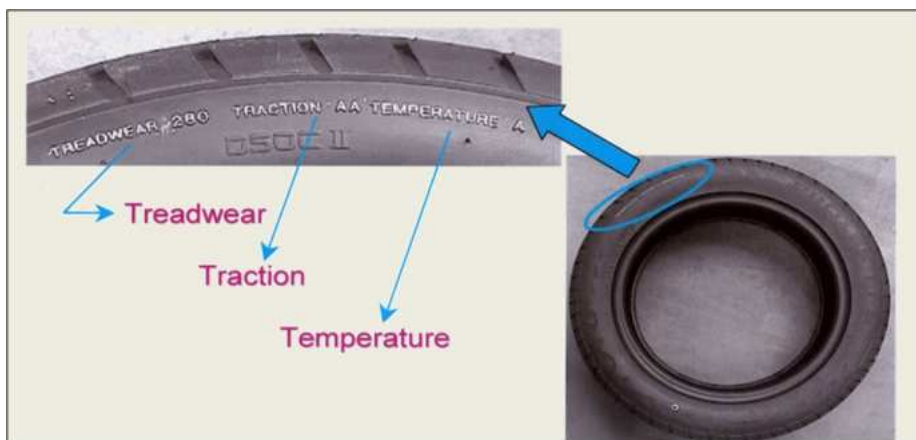
تشير درجة الحرارة إلى مدى مقدرة الإطار على مقاومة الحرارة الناتجة، وإلى مقدرة الإطار على تبديد الحرارة عندما يتم الاختبار في ظرف شروط محددة في إطارات اختبار موجودة داخل معمل الاختبار.	درجة الحرارة (Temperature)
---	-------------------------------

ودرجة الحرارة لكل إطار يتم تحديدها لإطار يتم نفخه بشكل مناسب. وفي حالة السرعة الزائدة وتحت ظروف الضغط أو الوزن الزائد، يمكن أن يؤدي إلى زيادة درجة حرارة الإطار وقد يكون سبباً لفشل الإطار.

A	B	C
مقاومة عالية	مقاومة متوسطة	مقاومة منخفضة

(جدول درجات الحرارة)

ملحوظة: الإطارات ذات الفئة (C) لا تتناسب مع ظروف القيادة في دول الخليج، ولا يسمح باستيرادها.



شكل يوضح موقع بيانات درجة نوعية الإطارات المتماثلة (UTQG)

أنواع الإطارات من ناحية البناء (الهيكل)

إطار راديال

٤ طبقات من الأنسجة الفولاذية

4 layers of steel cords



Steel ply cords (Single layer)

طبقة من نسيج فولاذي

إطار نايلون

٢ إلى ٣ طبقات من أنسجة النايلون

2 or 3 layers of textile cords



Textile ply cords (Multiple layers)

طبقات متعددة من أنسجة النايلون

مزايا إطارات الراديال مقابل النايلون

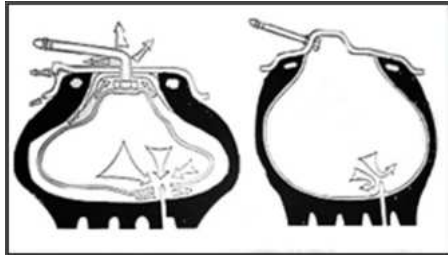
- ١- مقاومة أكبر للمقطع (التمزق)، والبنشر.
- ٢- مقاومة أكبر للمسح والاهتراء.
- ٣- سرعات وحمولة أعلى مع امتصاص أفضل للصدمات.
- ٤- استهلاك الوقود أقل نتيجة لمقاومة الدوران الأقل.
- ٥- تماسك عالي مع سطح الطريق.
- ٦- تحمل عالي لدرجات الحرارة، ما يعني تقليل احتمال انفصال الطبقات.
- ٧- هيكل قوي ومتين، أكثر استقراراً وأماناً.
- ٨- إلتصاق وتماس أكبر بسطح الطريق ما يعني توزيع الحمولة بشكل أفضل وتماسك أكبر عند المنعطفات.
- ٩- أداء أفضل وعمر افتراضي أطول.

العوامل المؤثرة في عمر الإطار

- ١- ضغط الهواء سواء بالزيادة أو النقص.
- ٢- الحمولة والسرعة الزائدة.
- ٣- أسلوب القيادة وحالة المركبة (السيارة).
- ٤- حالة/سطح الطريق (مسفلت أو غير مسفلت، رملي، صخري، مطبات، حفز).
- ٥- درجات الحرارة المحيطة.
- ٦- طريقة وأماكن التخزين.
- ٧- موقع الإطار على المركبة (أمامي / خلفي).
- ٨- موازنة وترصيص الإطارات والمحاذاة (التعامد مع سطح الطريق).
- ٩- سلامة البلوف من تسريب الهواء، وسلامة اللاستيك الداخلي من الثقوب.
- ١٠- سلامة الجنوط من الانبعاج، أو الصدمات.
- ١١- معالجة إصلاح الإطار (البنشر) بطريقة غير صحيحة.
- ١٢- الفرملة، والتسارع المفاجئ، والتفحيط (التقحيص، أو التشحيط).

مزايا إطارات التيوبلس Tubeless Tire Feature

- ١- تسريب أقل للهواء في حال البنشر.
- ٢- المحافظة على ضغط الهواء لمدة أطول.
- ٣- عدد مكونات الإطار أقل.
- ٤- توفير في زمن فك وتركيب الإطار على الجنط.
- ٥- تخفيض في الوزن الإجمالي للإطار.
- ٦- انخفاض درجة الحرارة أثناء السير.



إطار بلاستيك داخلي

إطار تيوبلس

مجموعات الإطارات (Tire Groups)

تنقسم الإطارات وفقاً لظروف الإستخدام إلى مجموعات مختلفة:

أولاً: إطارات سيارات الركاب (Passenger Car Tires):

وتتضمن هذه المجموعة إطارات سيارات الركاب السيدان الفاخرة والعادية، والكوبيه، والمركبات الرياضية (SUV)، ومتعددة الأغراض (MPV)، وإطارات فصل الشتاء (Snow)، كما إطارات سيارات الدفع الرباعي (4X4).



ثانياً: إطارات الشاحنات خفيفة الوزن (Light Truck Tires):

وتتضمن هذه المجموعة إطارات الدينات، والسيتشن واجن، والحافلات الصغيرة، ومافي شاكلتها من إطارات الشحن الخفيفة.



ثالثاً: إطارات النقل الخفيفة (Light van Tires):

وتتضمن هذه المجموعة إطارات الوانيتات (Pick-up)، والفانات (Van)، والنقل الخفيفة بصفة عامة.



رابعاً: إطارات الشاحنات، والأوتوبيسات (Truck & Bus Tires):
وتضم هذه المجموعة إطارات التريلات، والحافلات الكبيرة، والشاحنات، وخطّات
الإسمنت، والقلاّبات التي تنقل خارج المدن وداخلها.



خامساً: إطارات المعدات الثقيلة (Off The Road Tires):
وتضم هذه المجموعة إطارات الجريدات (Graders)، واللودرات (Loaders)، والكرينات
(Cranes)، والسكريبرات (Scrapers) وغيرها.



سادساً: إطارات المعدات الصناعية (Industrial Tires):
وتضم هذه المجموعة إطارات الرافعات الشوكية (Forklifts)، وحاملات الحاويات
(Container Straddle).



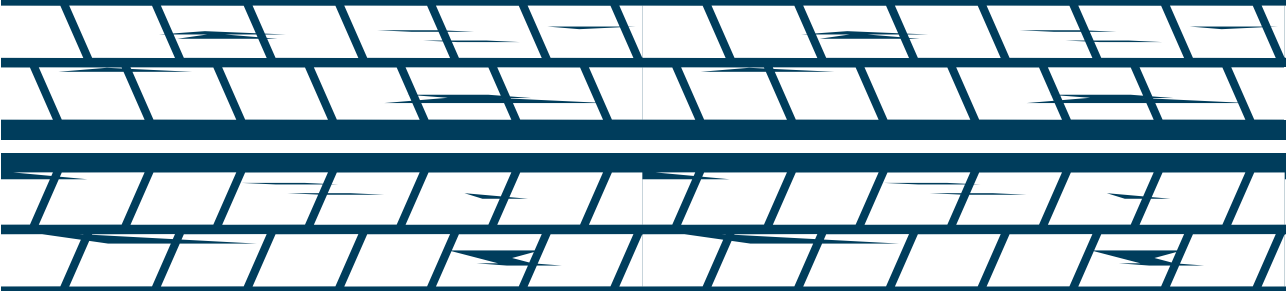




الفصل الثاني

صيانة الإطارات

Tire Maintenance



صيانة الإطارات Tire Maintenance

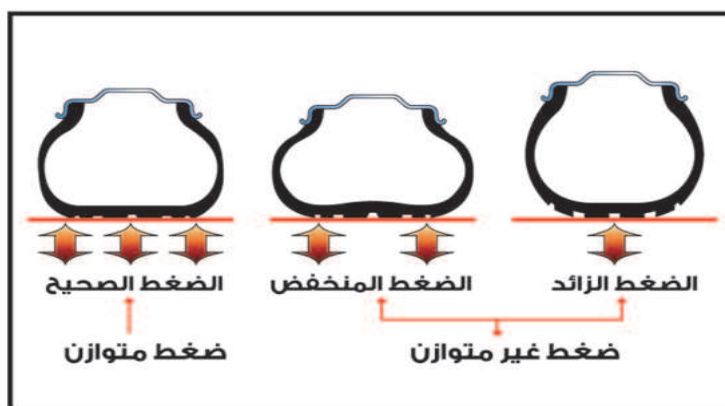
للحديث عن صيانة الإطارات سوف يتم الاقتصار على أربعة محاور فقط:

١. ضغط نفخ الإطار، وموازنة الإطارات. (Air Pressure & Tire Balancing)
٢. تدوير الإطارات. (Tire Rotation)
٣. الأنبوب الداخلي (الليستك)، والبلف. (Inner Tube & Valve)
٤. تخزين الإطارات. (Tire Storing)

(١) ضغط الهواء وموازنة الإطارات

أولاً: ضغط الهواء

ينبغي معرفة أن ضغط الهواء مهم جداً للمحافظة على الإطارات، والمركبة أيضاً من التلف. فالذي يحمل المركبة في الحقيقة هو الهواء الموجود داخل الإطارات. ويعتبر الإطار هو الوعاء الذي يحافظ على الهواء. ولا يعني هذا عدم أهمية جودة الإطار ومواصفاته، ولكن أيضاً لا يستطيع الإطار حمل وزن المركبة إن لم يكن بداخله هواء وضغط مناسب من الهواء. حيث إن جزء بسيط من الحمولة الذي يتم حمله بواسطة بناء وهيكल الإطار، والذي يقدر بحوال (٣٤٪)، بينما يتحمل ضغط الهواء قرابة (٦٦٪) من الوزن أو الحمولة.

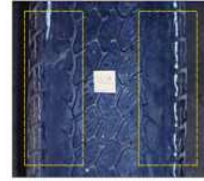


ضغط مرتفع



مسح وسط الدعسة نتيجة زيادة ضغط الهواء

ضغط منخفض



مسح أطراف الدعسة نتيجة نقص ضغط الهواء

النتائج المترتبة على إهمال ضغط الهواء

مقدار النقص في عمر الإطار	الفارق في ضغط الهواء
20%-	عند زيادة الضغط ٢٠٪
26%-	عند نقص الهواء ٢٠٪
52%-	عند نقص الهواء ٣٠٪
66%-	عند نقص الهواء ٤٠٪

تنبيهات مهمة لضغط الهواء

- تفقد الإطارات (1 psi أي ما يعادل 7 kpa)، كل شهر في ظل الظروف العادية.
- تفقد الإطارات (1 psi أي ما يعادل 7kpa)، عند انخفاض درجة الحرارة بمقدار (10) فهرنهايت، أي (5,6) درجة مئوية.
- يرتفع ضغط الهواء أثناء السير، أو بسبب درجة الحرارة المحيطة، نتيجة لاحتكاك الإطار مع الطريق، وهذا لا يؤثر على أداء الإطار، ويعتبر إرتفاع طبيعي.
- إن نقصاً في ضغط الهواء مقداره (15) psi، يزيد مقدار المسافة اللازمة لكبح السيارة بمقدار 4 أمتار.

نتائج السير بضغط هواء مرتفع	نتائج السير بضغط هواء منخفض
مسح غير منتظم في وسط الدعسة	مسح غير منتظم في منطقة الأكتاف
انخفاض مقاومة الإطار للبشر	ارتفاع درجة حرارة المداس والتسبب في التحبيل، والتسلخ
عدم الراحة أثناء مسك المقود (الدريكسون)	زيادة انخفاض الجدار الجانبي وتعرضه للصدمات والخدوش
انخفاض السيطرة بسبب انخفاض مساحة التماس مع الطريق	انخفاض السيطرة والتحكم خاصة عند المنعطفات
إهتراء متدرج خاصة في الإطارات المضلعة	زيادة استهلاك الوقود بسبب ارتفاع مقاومة الدوران

ضغط هواء منخفض

ضغط هواء زائد

ضغط هواء سليم



مسح أطراف الدعسة

مسح وسط الدعسة

مسح منتظم

التوصيات لصيانة ضغط هواء سليم

- يجب التأكد من ضغط الهواء بشكل دوري، يفضل كل أسبوع، وبحد أقصى مرة كل شهر. خاصة قبل السفر لمسافات طويلة، وعند زيادة الحمولة.
- ضغط الهواء يجب التأكد منه عندما تكون الإطارات باردة، ويفضل في الصباح الباكر قبل قيادة السيارة.
- ضغط الهواء يجب التأكد منه بواسطة عيار ضغط جيد.
- ينصح بتغيير صمامات الهواء (البلوف) عند استبدال الإطارات، نظرًا لأنها مصنوعة من مادة المطاط. وهي عرضة للتلف مع الوقت وبفعل الحرارة، مما يسارع في تسريب الهواء.
- إن ضغط الهواء الموصى به تجده مكتوبًا عند حافة باب السائق، أو في الكتيب الإرشادي للسيارة.

ضغط الهواء السليم Recommended Air Pressure

٧ ضغط الهواء الموصى به تجده مكتوبًا على جانب باب السائق.

لائحة تبين حجم الإطارات والضغط الموصى به

TIRE AND LOADING INFORMATION			
SEATING CAPACITY		TOTAL 5	FRONT 2 REAR 3
The combined weight of occupants and cargo should never exceed 404 kg or 891 lbs.*			
TIRE	SIZE	COLD TIRE PRESSURE	SEE OWNER'S MANUAL FOR ADDITIONAL INFORMATION
FRONT	P215/70R15	200 kPa, 29 psi	
REAR	P215/70R15	200 kPa, 29 psi	
SPARE	T125/70D15	420 kPa, 60 psi	

3G7DA03E41S503870

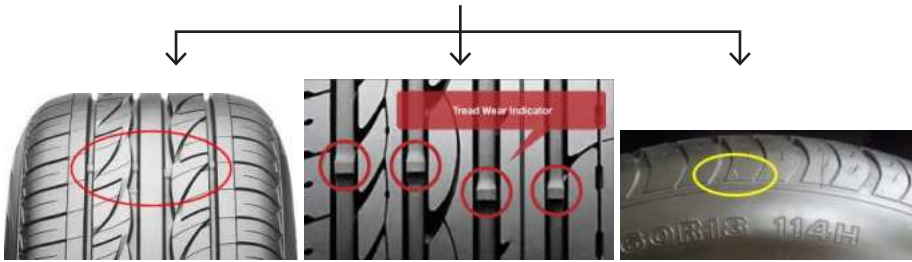
٧ استخدم عيار ضغط هواء جيد موثوق به.



مؤشر اهتراء (مسح) الإطار Tire Wear Indicator

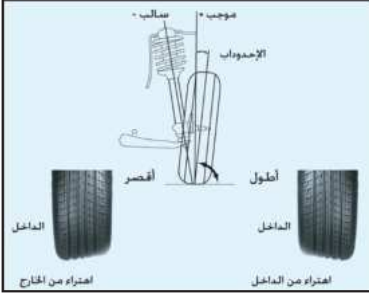
يوجد مؤشر اهتراء على شكل سهم عند كتف الإطار، ويجب الحرص على تغيير الإطارات عندما يصل عمق الدعسة إلى (١,٦) ملم تقريبًا. كلما زاد عمق الدعسة، زادت قدرتك على الحد من خطورة القيادة خصوصًا على الأسطح المائية، وعند المنعطفات.

مؤشر الإهتراء

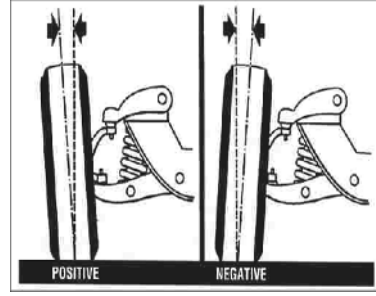


ثانيًا: موازنة الإطارات

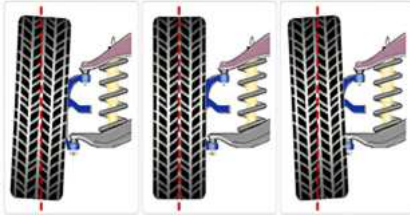
A: المحاذاة: إن الاهتمام بموازنة الإطارات لا يقل أهمية عن الاحتفاظ بضغط الهواء المناسب. ويعتبر إهمال الموازنة سببًا رئيسيًا في تلف الإطارات. ففي حال كان المسح بأحد جانبي الدعسة، أو المداس فربما يكون ذلك ناتجًا من تحدّب الإطارات. أي عدم تعامدها مع الطريق بصورة صحيحة، أو بسبب تقارب وتباعد الإطارين الأماميين كما هو موضح بالصورة أدناه:



النتائج المترتبة على التعامد غير الصحيح مع سطح الطريق



شكل يوضح تعامد غير صحيح مع سطح الطريق



سالبة

جيدة

موجبة



محاذاة سالبة



محاذاة موجبة

B: تباعد وتقارب العجلات الأمامية للسيارة: يؤدي إلى إنحراف المركبة إلى خارج مسار الطريق، كما يؤدي إلى تآكل حافتي الإطارات الداخلية، أو الخارجية. وفقًا لنوعية الخل. سواء كان تباعد، أو تقارب العجلتين.



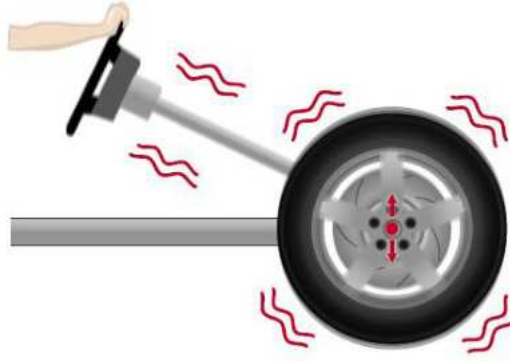
تقارب العجلتين



تباعد العجلتين

ثالثاً: ترصيص الإطارات

يعمل ترصيص الإطارات على الحيلولة دون التلف المبكر للإطار، ويقضي على الاهتزازات كما يحمي نظام التعليق، والتوجيه، وأسطح ارتكاز المركبة. وله تأثير جيد على توزيع الحمل بالتساوي على العجلات الأربع، وقد يؤدي عدم الترصيص الجيد إلى مسح غير منتظم للدعسة. كما اهتزاز في مقود (دركسيون) السيارة؛ مما يسبب قيادة مزعجة وغير مريحة، كما في الشكل أدناه:



التوصيات لصيانة ضغط هواء سليم

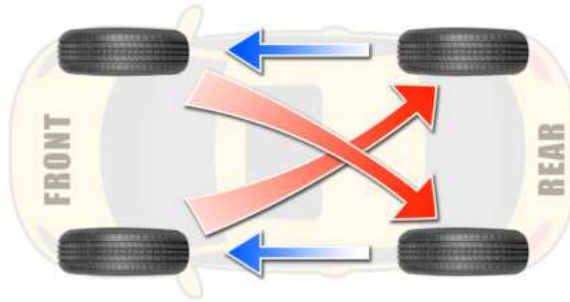
- ينصح بإعادة ترصيص الإطارات عند القيام بأي عملية تدوير للإطارات.
- ينصح بترصيص الإطارات كل 5,000 إلى 10,000 كلم، أي كل (3,000 إلى 6,000 ميل).
- لا ينصح باستخدام مواد ترصيص مستعملة.
- يجب التأكد من القيام بعملية الترصيص عند تركيب إطارات جديدة.
- قد لا يكون سبب الإهتزاز ناتج من عملية الترصيص، ولكنها الخطوة الأولى التي يجب القيام بها.

أسباب أخرى للإهتزاز

- خشونة سطح الطريق (Rough Road Surface).
- مسح غير منتظم للدعسة (Uneven Tread Wear).
- وجود خلل بالجنط كالانبعاج، أو التشققات (Rim Damages).
- خلل بنظام التعليق، أو التوجيه (Suspension & Steering System's Def- struction).
- خلل في الرولمان ببلي (Bearings Defect).

٢) تدوير الإطارات Tire Rotation

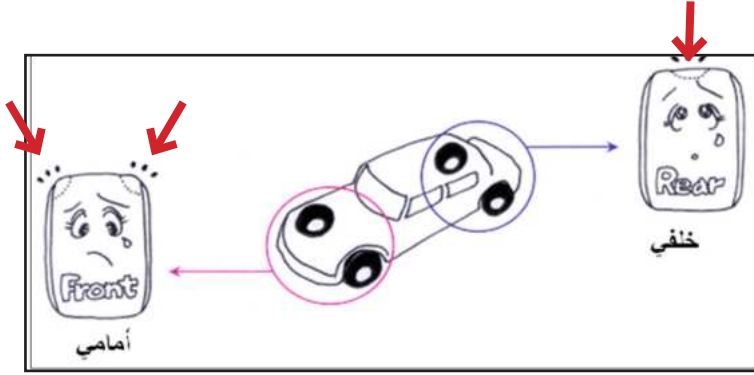
عملية أساسية ومهمة؛ لمنع المسح، أو الاهتراء غير المنتظم، ولزيادة العمر التشغيلي للإطارات. حيث إن الإطارات الأمامية تتعرض للمسح بمعدل أسرع من الإطارات الخلفية، لأنها تستخدم للقيادة والتوجيه على حد سواء. وبالتالي فإن وزن المركبة يتركز أحياناً على جانبي الإطار خاصة عند المنعطفات، وكذلك في حالة تباعد وتقارب العجلتين الأمامية، أو نتيجة للمحاذاة غير الصحيحة.



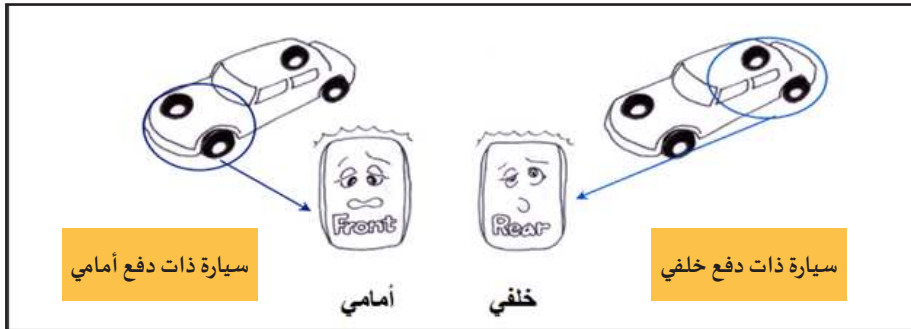
- ٧ يعتبر الإطار واحد من أهم القطع في السيارة مثل اليد، أو القدم بالنسبة للإنسان.
- ٧ لن نكون قادرين على الحصول الأداء الكامن في الإطار بدون الانتباه والصيانة المناسبة.

لماذا نحتاج إلى تدوير الإطارات

إن نسبة وظروف إستهلاك الإطارات تختلف بحسب موقع الإطار في المركبة. ففي أغلب الحالات أطراف الدعسة (الكتف)؛ يتجه إلى الاستهلاك بشكل أسرع من منطقة الوسط في الأمامية، كما أن وسط الدعسة يتجه إلى الإستهلاك بشكل أسرع في الإطارات الخلفية.

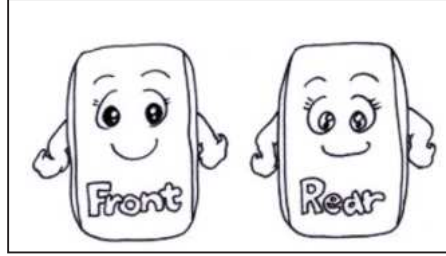


في حالة كون السيارة دفع أمامي : الإطارات التي في المقدمة تستهلك مرتين أسرع من الإطارات الخلفية. ومن جهة أخرى، في حالة سيارات الدفع الخلفي: الإطارات الخلفية تستهلك بسرعة أكثر من الإطارات الأمامية.



نحتاج إلى تدوير الإطارات:

من أجل خفض ظروف الاستهلاك الغير متوازن و المساواة نسبة الاستهلاك, يجب عمل دوران للإطارات بشكل منتظم, وتقترح أغلب مصانع الإطارات أن يكون كل 5 آلاف إلى 10 آلاف كيلوم متر, ويمكن الرجوع لدليل الصانع داخل المركبة.

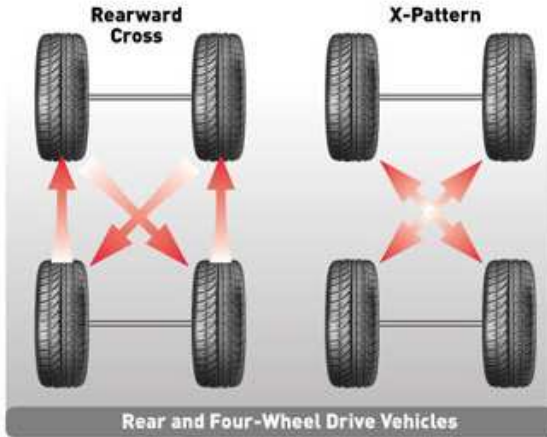


أمامي

خلفي

ملاحظة: تقديم أو تكرار عملية التدوير يمكن القيام به بالاعتماد على ظروف استهلاك الإطارات.

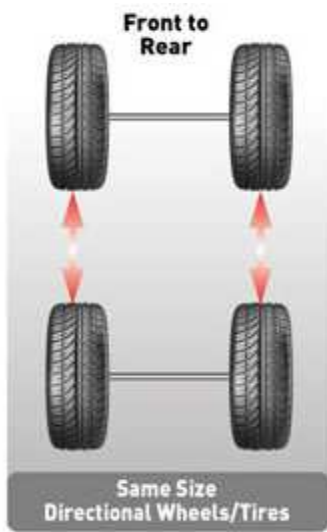
كيف يتم تدوير الإطارات



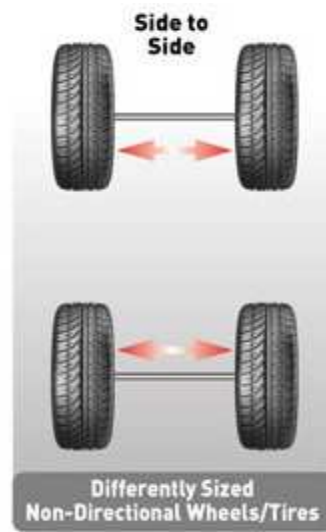
دفع خلفي وإطارات 4X4



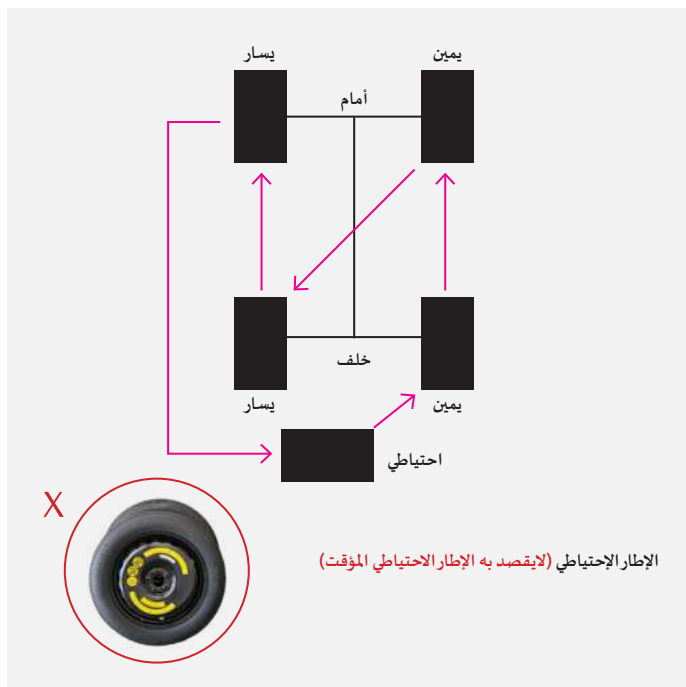
دفع أمامي



إطارات ذات نقشة أحادية ونفس المقاس



اختلاف المقاسات الأمامية عن الخلفية



تدوير الإطار الإحتياطي

ملاحظة مهمة قبل وبعد إجراء عملية التدوير

- استخدم الطريقة المناسبة للتدوير مقارنة مع نوع وشكل الإطار، ونظام سير السيارة.
- حدد سبب الاستهلاك غير العادي، وقم بإصلاح أي انحراف، أو أي مشكلة ميكانيكية أخرى.
- بعد التدوير: اضبط ضغط الهواء لكل إطار إلى الحد الموصى به للسيارة، ومكان تركيب الإطار.
- لضمان التحكم التام في المركبة (السيارة) خاصة عند الفرملة وعند الانعطاف، قم بتركيب إطاراتك الجديدة على المحور الخلفي سواء كانت المركبة ذات دفع أمامي، أو خلفي.

(٣) الإطار الداخلي (الستك) وغطاء البلف

- استخدم الإطار الداخلي والغطاء بالأحجام المناسبة.
- استخدم إطار داخلي وغطاء جديدين للإطار الجديد.
- لا تستخدم إطار داخلي أو غطاء مستخدم.



(٤) تخزين الإطارات

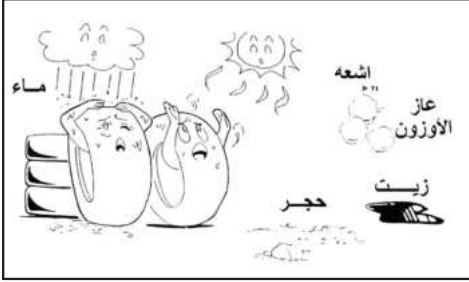
المناطق التي لا يوصى بالتخزين فيها



الأسباب

1. يؤدي إلى تلف الإطار.
2. تصدع ناتج عن الأوزون.
3. قطع بواسطة جسم حاد.

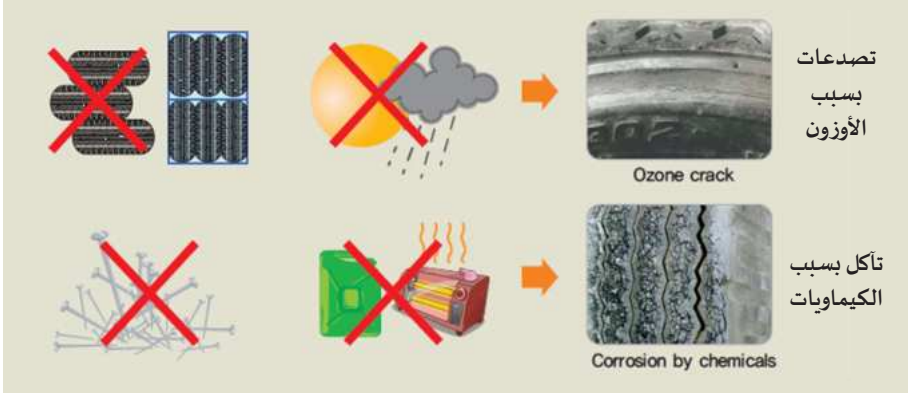
1. المنطقة المعرضة لأشعة الشمس المباشرة.
2. درجة حرارة المكان المرتفعة.
3. تعريضها للزيوت أو أي مركب عضوي.
4. بالقرب من مولد كهربائي يولد مادة الأوزون.
5. بالقرب من منطقة يتم عادة بها اللحام.
6. على الأرض الغير مستوية.



- المناطق التي لا يوصى التخزين بها:
ينبغي تجنب الظروف والأماكن الموضحة
في الشكل المقابل:

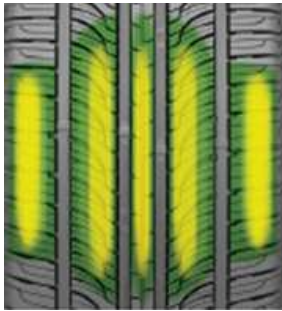
((تنبيه))

- تخزين الإطارات بشكل صحيح سوف يسمح للإطارات أن تؤدي وظيفتها بكفاءة. بينما في حالة كون تخزين الإطارات غير صحيح فإن العمر الافتراضي للإطارات سوف يكون أقل وقد يؤدي إلى التخلص منه قبل الأوان.
- التخزين الصحيح للإطار يجب أن لا يقلل من أهميته أو إهماله وذلك بالنظر إلى العناصر المهمة للصيانة والمحافظة على الإطارات.

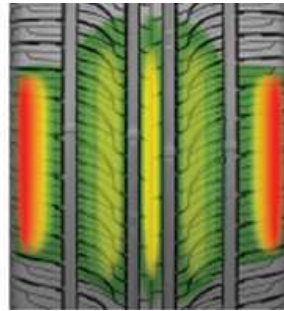


٧ تذكر: أن الصيانة الصحيحة والمنتظمة، والتخزين الجيد، عوامل مهمة جدًا للحفاظ على عمر أطول للإطارات، ولتجنب الأضرار، والاستهلاك السريع للإطارات.

تأثير الحمولة الزائدة على الإطارات



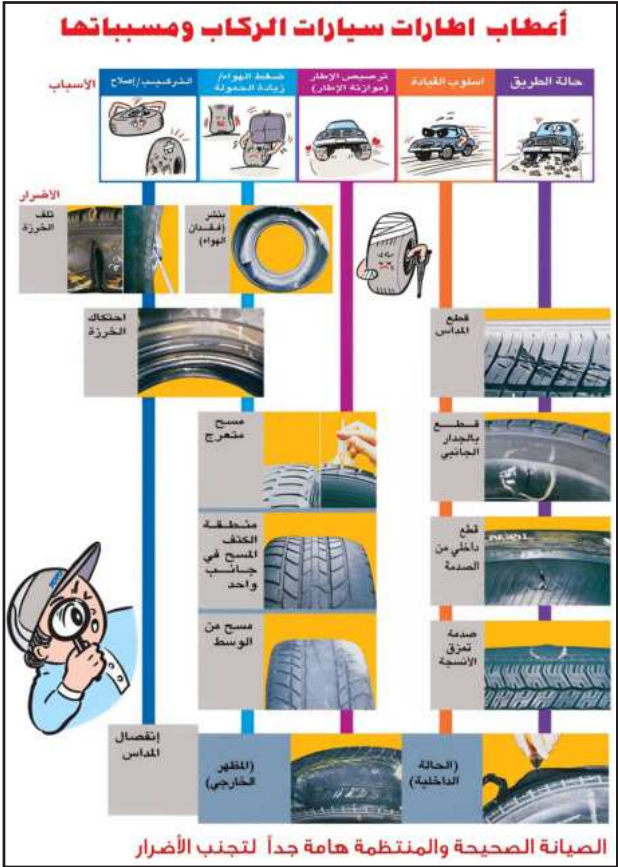
في حالة الوزن المثالي



ارتفاع في درجة حرارة أطراف الإطارات
في حال زيادة الحمولة بنسبة 20 %

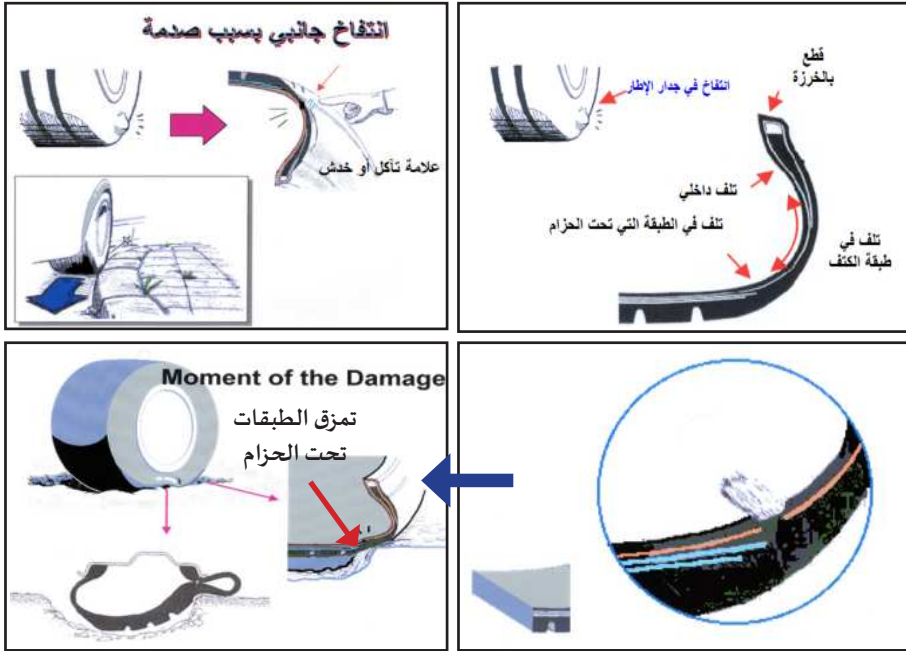
العلاقة بين السرعة والحمولة وضغط الهواء

- العلاقة بين السرعة والحمولة علاقة عكسية. فعند زيادة الحمولة ينبغي تخفيض السرعة.
- العلاقة بين الحمولة وضغط الهواء علاقة طردية. فعند زيادة الحمولة ينبغي زيادة ضغط الهواء.
- العلاقة بين السرعة وضغط الهواء علاقة طردية. فعندما نقود بسرعات عالية (وهو مالا ينصح به)، ينبغي زيادة ضغط الهواء.
- تجنب الحمولة الزائدة؛ لأنها سبب رئيس لتلف الإطارات، أو تقليل العمر الافتراضي لها. وسبب لارتفاع درجة حرارة الدعسة، والتسلخ (الانفصال)، وانفجار الإطارات أحياناً، وقد تسبب الحمولة الزائدة انبعاج الخرزة، أو انقلاب المركبة مما يترتب عليه إصابات وتلفيات.



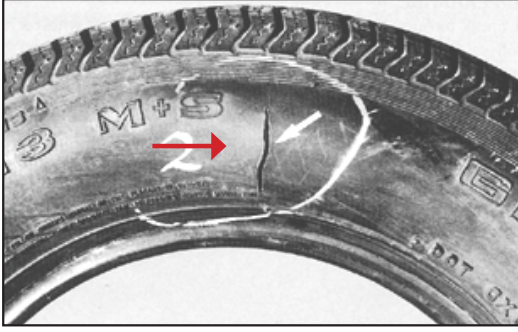
أولاً: أعطاب الجدار الجانبي Sidewall Damages

١- الإنتفاخ، أو (التحليل) SIDE BULGE DAMAGE



الانتفاخ، أو التحليل: ويكون على الجدار الجانبي، وغالبًا ما يكون بسبب تعرض الإطار لصدمة نتيجة نقص الهواء، أو احتكاك شديد بجسم صلب (حجر أو رصيف)، أو الوقوع في حفرة مفاجئة، أو (مطب)، تسبب في تمزق الطبقة الداخلية (Carcass)، أو قطع بالبطانة الداخلية (Inner Liner)، وقد يكون بسبب قطع بالخرزة (Bead)، ناتج عن سوء تركيب للإطار كما هو موضح بالشكل أعلاه.

يمكن اكتشاف ذلك بسهولة بالنظر خارجيًا في موقع الانتفاخ للبحث عن آثار خدوش، أو تآكل، أو قطع. كما النظر في داخل الإطار مقابل التحبيلة لملاحظة أي تمزق، أو تجعد للبطانة الداخلية، كما النظر في الخرزة لاكتشاف أي تمزق، أو قطع ناتج أثناء التركيب.



٢- تمزق الجدار الجانبي
Sidewall Cut؛ وغالبًا ما يكون
نتيجة احتكاك الجدار الجانبي
بجسم حاد أو صلب.

ثانيًا: الانفصال أو التسليخ Separation

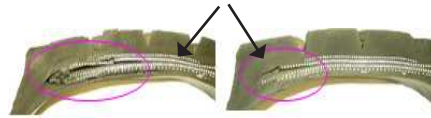


انفصال الدعسة (Tread Separation)



حادث ناتج من تسليخ الإطار الخلفي الأيمن بسرعة 65 ميل/ساعة

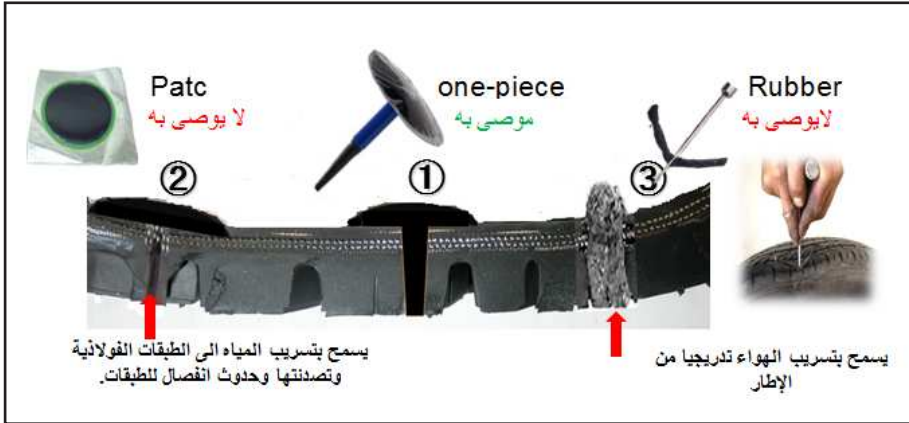
(انفصال Separation)



انفصال الطبقات الداخلية (BLB)

الانفصال، أو التسليخ: له أسباب عديدة من أهمها إرتفاع درجة حرارة الإطار بسبب الحمولة الزائدة و/أو نقص ضغط الهواء. كذلك في حالة تسرب الهواء بين الطبقات نتيجة إصلاح البنشر الغير موصى به. وأحيانًا بسبب خلل في بعض مراحل الإنتاج. إلا أن شركات الإطارات العالمية سرعان ما تكتشف هذا النوع الأخير من الخلل في مرحلة الفحص بواسطة الأشعة ويتم استبعاده. وقد يتسبب التسليخ الكامل للدعسة في حوادث سيئة للمركبة خاصة عند القيادة بسرعات عالية.

إصلاح الإطارات Tire Repair



مع الأخذ في الاعتبار عند إصلاح البنشر مايلي:

1. لا يسمح بعمل أي إصلاح أو رقعة للجدار الجانبي Sidewall أو لمنطقة الكتف Shoulder حيث إن محل الرقعة هو فقط الدعسة أو ما يسمى أمداس TREAD.



رقعة بمنطقة الكتف غير مسموح بها



رقعة على الجدار الجانبي غير مسموح بها





١. لا ينصح بعمل أكثر من رقعة في الإطار الواحد.



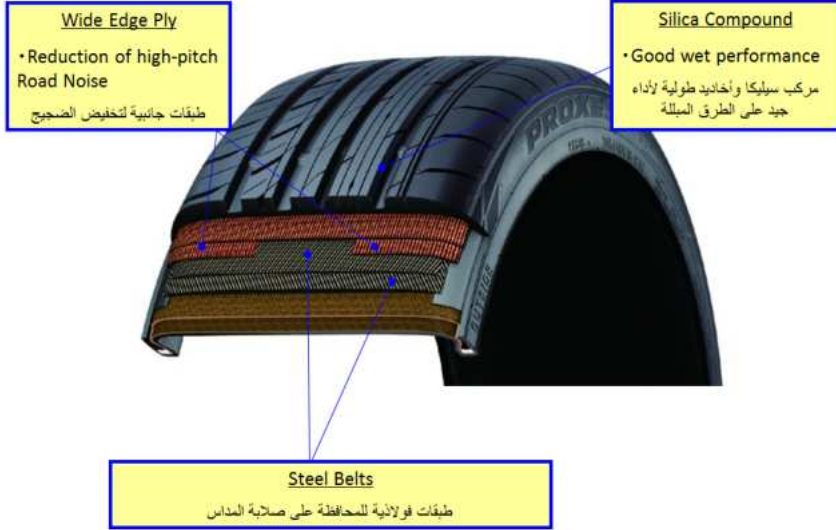
٢. لا ينصح بعمل رقعة لإطار به تمزق في البطانة الداخلية
Inner Liner



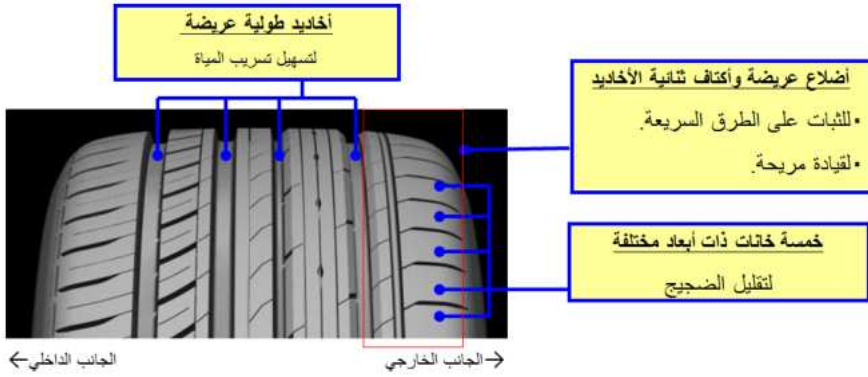
٣. لا ينصح بعمل رقعة لإطار شبه مستهلك، أو ممسوح الدعسة
Worn Out

- ملحوظة مهمة: الإطارات التي يتم عمل إصلاح أو رقعة لها؛ تفقد تغطية الضمان المقدم من أغلب الشركات المصنعة للإطارات ضد أي عطل فني، أو مصنعي.

شكل رقم (١): يوضح بعض المواصفات الداخلية وفوائدها.



شكل رقم (٢): يوضح بعض المواصفات الخارجية وفوائدها.

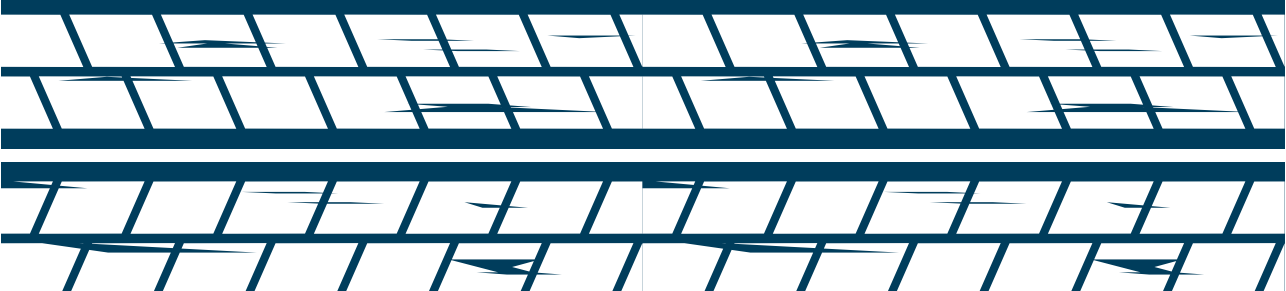




الفصل الثالث

تسويق الإطارات

Tire's Marketing



تسويق الإطارات Tire's Marketing



تختلف عملية تسويق الإطارات عن كثير من المنتجات الأخرى، وذلك بسبب أن مواصفات الإطارات غير مرئية، وغير ملموسة، أو محسوسة. ولا يستطيع المستهلك التأكد من مصداقية البائع، إلا من خلال تجربته للإطار، أو ثقته بالبائع. لذلك فهناك دور كبير لفني ومندوبي البيع في إقناع المستهلك بالشراء، مما يجعل العبء عليهم كبيراً. وفي الواقع فإن بيع وتسويق الإطارات يعتمد على قدرات البائع في العرض، والإقناع بشكل أساسي. وكذلك على مواصفات المنتج بشكل ثانوي. فلوا أن شخصاً أراد شراء هاتف نقال (موبايل) مثلاً، لكان من اليسير عليه اتخاذ قرار الشراء؛ لأن مواصفات الجهاز مرئية ولموسة، سواء كانت حجم الجهاز، أو دقة الكاميرا، أو الوزن، أو المواصفات الأخرى. ويمكنه اختبارها قبل الشراء، لكن المستهلك عند زيارته لأي مركز لبيع الإطارات يلاحظ أنها جميعاً تشترك في لون واحد، ورائحة واحدة، ولمس متقارب. وليس لها طعم وبالتالي يكون من الصعب عليه التفريق بين منتج وآخر. ويصبح دور البائع الجيد هو شرح المصطلحات المذكورة على جانبي الإطار وهي في مجملها متقاربة. وكذلك ترجيح تسويق منتج دون آخر وفقاً لخبرته والفائدة المجنية من البيع. كما الخدمات المقدمة من موزعي تلك الإطارات، كالضمان وتسهيلات الدفع وغيرها، وبالتالي يبرز الدور الهام للتزكية الشخصية، أو النصيحة من صديق، أو ما يسمى Word Of Mouth، ووفقاً لبعض الدراسات التسويقية فإن تزكية البائع، أو صديق، أو فني؛ تعتبر من الأشياء المهمة في تسويق العديد من السلع وخاصة الإطارات.

ومن هنا يتضح أن للبائع دور كبير في تسويق الإطارات، بل يعتمد تسويق الإطارات بدرجة كبيرة على مؤهلات البائع. ولكي يكون البائع متميزاً ومقنعاً للزبون فلا بد من أن يتصف ببعض الصفات والمهارات. وهي مهارات مكتسبة يمكن تعلمها وإتقانها من خلال التكرار والممارسة.

صفات البائع المتميز

١- معرفة المنتج: أي نوعية الإطار الذي يقوم بتسويقه. من أي ماركة وأين بلد الصنع، ومعرفة المواصفات المذكورة على جانبية (درجة السحب، ودرجة مقاومة المسح، ورمز الحرارة، ورمز الوزن، ورمز السرعة، أو عدد الطبقات)، وهل الإطار الذي يطلبه العميل أو الزبون مخصص لسيارات الركاب؟ أو النقل الخفيف؟ أو غير ذلك. حيث قد يتواجد مقاس واحد، لكن منه ما هو مناسب لسيارة ركاب، ومنه ما هو مخصص للنقل الخفيف، أو الدفع الرباعي مثل المقاس ٧٥R١٥/٢٢٥ والمقاس ٧٠R١٥/٢٠٥، فعند طلب الزبون هذا المقاس مثلاً، فلا بد على البائع سؤاله عن نوعية السيارة التي يقودها، أو التأكد من رمز الوزن. حيث إن إعطاء العميل إطار بمواصفات مختلفة سواء من ناحية رمز الوزن، أو درجة الحرارة، أو غيرها سوف يؤدي إلى تقليل أداء العمر الافتراضي، أو تلف الإطار.

٢- معرفة العميل أو الزبون: سواء كان مستهلك نهائي، أو شركة نقل، أو شركة مقاولات. ويجب فهم احتياجاتهم. فما يحتاجه سائق سيارة ليموزين لمركبته يختلف عن احتياج طالب جامعي. ومن أجل ذلك يجب عليك أن تعرف أنواع أعمالهم، وظروف قيادتهم للمركبة، وبعض صفاتهم الشخصية وهواياتهم (قيادة رجل كبير في السن تختلف عن قيادة شاب في مقتبل العمر). وعليك أن تعرف من لديه سلطة الشراء، أي من هو متخذ قرار الشراء في حال كنت تبيع لشركة نقل، أو مقاولات، أو شركة تأجير، أو غير ذلك.

٣- معرفة الشركة: يجب عليك أن تعرف شركتك جيداً (تاريخ نشأتها، وأنشطتها، وفروعها، وإسم مديرها، وسياسات التسويق، والتمويل، والائتمان، وأي معلومات قد تحتاجها عند عرض المنتجات). ما الذي يمكن أن تقدمه في خدمات التسليم، والضمان، وأي خدمة أخرى تقدمها للعميل وتعتبر قيمة مضافة للصفة.

٤- المشاركة الوجدانية: وهي القدرة على تفهم وجهة نظر العميل. حتى ولو بدون أن توافق عليها بالضرورة. فقد يبدي لك وجهة نظر مخالفة لما تعرفه عن منتجاتك، أو عن الإطارات بصفة عامة. فلا بد أن تتفهم وجهة نظره المتكونة من خلال خبرته البسيطة عنها.

٥- العرض: وهو القدرة على أن توصل وجهة نظرك، ووجهة نظر شركتك للعميل. فالبائع الناجح يُقيم توازناً لطيفاً بين وجهات النظر، ويستخدم كلاً من المشاركة الوجدانية، وعرض المنتج والسعر في الظروف المناسبة. وهذا يتطلب أن تكون أدوات العرض متوفرة لديك عند زيارة العميل. سواء الكتالوجات، أو قائمة الأسعار، أو التركيبات من الغير. وتعتبر مهارتك في عرض منتجاتك بالسلسلة والتمكّن هي فرصتك إما لإقناع الزبون بشراء منتجاتك، أو رفضها.

٦- الحوافز والدوافع: وهي الرغبة الداخلية في تحقيق إنجاح الصفقة، والحماس الذي يظهر في نبرات الصوت وحركات الجسد والتي تؤثر في العميل.

٧- القدرة على الاستماع للعملاء: وهي صفة رئيسية حيث إن وجهة نظر المستهلك، أو العميل أهم بكثير من وجهة نظرك. وما يعتقدونه أهم بكثير مما تعتقده أنت. وسوف تتعرف على رغبات واحتياجات عميلك من خلال الكلمات والعبارات التي يتلفظ بها.

٨- الثقة في النفس: وهي القدرة ليس فقط على النجاح، ولكن أيضاً أن تكون واثقاً من أنك سوف تنجح. وتظهر هذه الصفة على سلوك وحديث البائع، فلا يتلعثم أو يتصرف بارتباك، وإنما بهدوء وطمأنينة. ومن الأمور التي تساعد على زيادة الثقة بالنفس؛ المظهر الجيد في اللباس، واختيار الألفاظ الجيدة عند الحديث وغيرها من الصفات.

٩- المصداقية، والشفافية: ويقصد بها المصداقية في كل ماتقوله وتعد به العميل والزبون. سواء في مواعيد التسليم، أو الضمان، أو بلد الصنع للمنتج، أو تاريخ إنتاج الإطار وغير ذلك. فلن يكون مقبولاً أن تخبره بأن بلد الصنع هو اليابان، ثم يكتشف أنها بلد آخر (الصين أو ماليزيا مثلاً)، حتى لو كانت الشركة الأم في اليابان، ولكن المنتج مصنوع في بلد آخر، فلا بد أن تخبره وتشرح له أن أصل الشركة في اليابان، ولكن لديها مصنع آخر في الصين أو ما شابه ذلك.

١٠- القدرة على البيع: أي كن رجل مبيعات ذا قيمة يعرفك العملاء كمصدر للمعلومات، وليس كمحصل أو بائع للمنتجات فقط، ومن نعمة الله أن تعلم أساليب البيع ومهاراته عملية مكتسبة ويمكن لأي فرد بالتكرار تعلمها. والقدرة على البيع تعني القدرة على الإقناع، وأساليب الإقناع حسب أهميتها: (إقناع بقوة الشخصية والتأثير النفسي – الإقناع بالعلاقات الشخصية – إقناع بالأسلوب الفني في العرض – عمل خدمة أو حل مشكلة للزبون – إقناع بكسب الثقة والمصداقية في التعامل – إقناع بالأسلوب المتميز في القدرات الفنية والمهنية – إقناع بإيجابيات أو مزايا في المنتج كالسعر أو تكاليف التشغيل – إقناع بوسائل الدعم الفني كالضمان وخدمات ما بعد البيع – إقناع بالهدايا وغيرها – إقناع بتسهيلات الدفع أو التقسيط – إقناع بتكرار الزيارة).

١١ – التفاؤل، والإيجابية: أي أن تكون شخصاً إيجابياً متفائلاً، يعتقد في نفسه الكفاءة، والقدرة على البيع وإقناع الزبون بمنتجات شركته. فالبائع المتذمر دائماً والذي يشتكي من الظروف، والطقس، والشركة، والمرتببات، والزبائن. لن يحقق نتائج إيجابية، وسينعكس سلوكه على أسلوبه في البيع وفي إقناع الزبون.

١٢- النزاهة، والأمانة، وحسن الخلق: عدم التنازل عن المبادئ والقيم والأخلاق الحميدة. على سبيل المثال عند تحرير الفاتورة فلا يُقبل أن يتم تسجيلها بسعر أعلى من السعر الذي تم البيع به؛ لإعانة المشتري على التحايل على شركته بفارق السعر، قال تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾ سورة المائدة.

الحاجات والرغبات Needs & Wants

الفكرة الرئيسية في عملية البيع هي أن الناس تشتري لأنها في حاجة لما تشتريه، والحاجة هي أي تصريح من المشتري يعبر عن أو يتضمن رغبة أو اهتمام ويمكن إرضاءه بواسطة البائع إذا كان لدى الشخص احتياج لشيء ما فهو غالباً لديه مشكلة، ومن المفترض أن يكون لدى منتجك، أو خدمتك القدرة على حل هذه المشكلة. ولذلك فإن الخطوة الرئيسية الأولى في عملية البيع هي أن تحصل على بيان بحاجات العميل.



عندما يأتيك زبون ويخبرك مثلاً بأنه يريد شراء أربع إطارات ماركة تويو 185/70 آر 14 النقشة NP01، أو أربع إطارات ماركة نيكسن مقاس 225/60 آر 16 النقشة 5000 مثلاً، فلا توجد مشكلة. فحاجته واضحة، وجلية، ومحددة. وهذه تعرف بالحاجة الصريحة. فالحاجات الصريحة: هي بيانات واضحة بشأن رغبات، أو نيات الزبون. إلا أنه ليس كل الاحتياجات صريحة.



فهناك بيانات غامضة، أو غير ظاهرة. والتي ربما نسميها (بالحاجات الضمنية) فمثلاً: عندما تقوم بتركيب الإطارات الأربعة من منتج (تويو) 1470/185 آر14 النقشة NP01، أو منتج نيكسن 1660/225 آر16 النقشة N5000، والتي تحدثنا عنها سابقاً. وفي أثناء الحوار قال العميل: إن الشكمانات لا تدوم طويلاً هذه الأيام. أليس كذلك؟
البائع: لماذا تقول ذلك يا سيد محمد، هل بدأ شكمان سيارتك في إصدار صوت مزعج؟
العميل: نعم: اعتقد أن الصندوق الأمامي لم يعد يعمل، ولم يمر عليه سوى عام منذ أن استبدلته.

البائع: حسناً، سوف ألقى لك عليها نظرة. فأنت محظوظ حين ذكرت ذلك فبإمكاني أن أدبر لك صفقة جيدة لشكمان طراز (موديل) سيارتك هذا الأسبوع.



بذلك تكون قد حصلت على ربح الإطارات الأربعة الجديدة، والشكمانات وهذا بخلاف الصمامات (البلوف) والميزان. ونفس الشيء لو كان يشتكي من البطارية، أو الجنوط. فينبغي على البائع الناجح أن يدقق في كلمات الزبون، ويستشف منها ما هي حاجته لخدمة أخرى يستطيع أن يوفرها له.

والذي قام به بائعنا هو انه أخذ الحاجة الضمنية وهي "يبدو أن الشكمان لا يستمر طويلاً"، وجعل هذه الحاجة الضمنية "حاجة صريحة" في ذهن العميل. وعليك أن تتذكر أن الحصول على حاجات من العملاء هو فقط جزء من وظيفة البيع. ويجب عليك أيضاً أن توضح للعميل انه بإمكانك تلبية هذه الحاجات. ولمعرفة رغبات وحاجات العملاء فإن المفتاح لذلك هو طرح الأسئلة. ولا بد أن تكون أسئلة تقود إلى معلومة تفيدك في تسويق منتجاتك.

من أمثال هذه الأسئلة:

- كم عدد الكيلومترات التي خدمتها إطارات سيارتك الحالية؟
 - منذ متى تستعمل إطارات سيارتك؟
 - هل تستخدم الإطارات على الطرق غير المعبدة، أو في الصحراء أحياناً؟
 - هل تواجه أي مشكلة مع الإطارات الحالية؟
 - كم معدل السرعة التي تقود بها سيارتك؟
 - كم معدل تفقدك لضغط الهواء في إطارات سيارتك؟
 - هل تشعر باهتزاز الدريكسيون (المقود) أثناء السير؟
- لاحظ أن إجابات العميل سوف تقودك لتحديد أنسب إطار تستطيع بيعه له، وأنه كلما أجاب الزبون على أسئلتك فأنت تقترب من إتمام الصفقة؛ لأنك تكون قد شرعت فعلياً في عملية البيع، وتبقى مهمتك هي تقديم الإطار الذي يتناسب مع حاجاته، وكذلك الخدمات الإضافية التي يحتاجها، كوزن الأذرعة، أو الترخيص، أو تغيير المساعدات أو غير ذلك. ويمكنك أن تعزز قرارك بأن تذكر للعميل مثلاً: أستاذ محمد، بناء على ما ذكرت من حاجتك لإطار ذا تحكّم أفضل في الطرق المبللة، واستهلاك أقل للوقود ومقاومة جيدة للمسح، فإنني أقترح عليك هذا الإطار، حيث إنه يحتوي على خطوط طويلة عريضة؛ تسمح بتسريب سريع للمياه. كما أن درجة مقاومة المسح (Tread Wear)، هي: (380) مما يعني عمر وخدمة أطول، ودرجة السحب (Traction) هي: (A) مما يعني استهلاك أقل للوقود.

✓ تذكر أن معظم الناس تشتري الإطارات خلال ال 24 ساعة التالية بعد اتخاذ قرار الشراء.

✓ 70% من الناس تشتري من أول محل تقوم بزيارته.

✓ 20% من عملية البيع؛ يتوقف على تميّزك، وعلى ما تعرفه من معلومات عن المنتجات التي تبيعها.

الخصائص والمزايا والفوائد

أولاً: الخاصية Feature

الخاصية: هي مظهر، أو ميزة، أو خدمة لمنتج ما. فمثلاً خصائص إطارات الطرق السريعة، أنها ذات أخاديد، أو خطوط، أو مجاري طولية وعريضة Wide Straight Grooves في منطقة المداس أو الدعسة Tread Area. وبالتالي تعتبر هذه خاصية تعرف بها إطارات الطرق السريعة، وهي سمة وصفة وجزء من المنتج كأن تقول: هذه سيارة دفع رباعي 4X4، أو هذا قميص من القطن.

Wide Straight Grooves



ثانياً: الميزة Advantage

الميزة هي ما تؤدي إليه الخاصية: أي أن هذه الخطوط الطولية، أو الأخاديد أنها: تسمح بتسريب المياه بصورة جيدة. فإذا كانت الخصائص تصف المنتج ذاته؛ فإن المزايا تصف ما تقوم به الخصائص.

ثالثاً: الفائدة Benefit

الفائدة: هي القيمة، أو المنفعة التي يحصل عليها المستخدم من المنتج، أو الخدمة. إنها تخبر العميل (ماذا سيكسب من هذا المنتج). بينما تصف الخاصية المنتج ذاته، وتخبرنا الميزة ماذا تفعل الخاصية. فإن الفائدة توصل كل ذلك للمستخدم. وبالتالي فإن الأخاديد، والخطوط

الطولية الموجودة على المداس في إطارات الطريق السريعة؛ تسمح بتسريب المياه لمنع الانزلاق أثناء الفرملة، وعند المنعطفات، وخاصة عند القيادة بسرعة عالية وفي الأرضيات والطرق المبللة.

تذكر: لا يقوم الناس بشراء خصائص المنتجات، أو مواصفاتها، بل يشترون الفوائد التي يجنونها من شراء المنتج والتي تلي احتياجاتهم.

توضيح مزايا الإطار

الإنسان لا يشتري حذاء أو بدلة بدون أن يقيسها أولاً؛ لأن لبسها يساعده على أن يحصل على إحساسه بها.

فنحن لدينا خمس حواس وهي: السمع، والبصر، واللمس، والتذوق، والرائحة. (وبعض الناس يدعى أنه يملك حاسة سادسة). ومعظم الحواس الخمس التي نستخدمها في بيع الأفضل من المنتجات هي فرصنا في النجاح.

السماع: أخبر الشخص أشياء عن الإطار (مثلاً إطار نيكسن النقشة N5000، ذات إتجاه أحادي، والأخاديد في منطقة الكتف ضيقة؛ مما يخفض الضجيج. بينما الخطوط الطولية في المنتصف تسمح بتسريب المياه بسهولة، وهذا يقلل الانزلاق عند الفرامل في الأرضيات، والطرق المبللة).



الرؤية (المشاهدة): أجعل الشخص يرى الإطار على الطبيعة وعن قرب، وخاصة إذا كان هناك فرصة للاختيار. وإذا لم يكن لديك الإطارات الحقيقية فاجعله يرى صورة للإطار، ولكن من الأفضل ألا تستخدم صورة بدلاً من الإطار الحقيقي. اتركه يشاهد المواصفات الفنية على جانبي الإطار (مقاومة المسح - درجة الحرارة - درجة السحب - عدد الطبقات - بلد المنشأ - تاريخ الصنع).



اللمس: اجعله يتحسس الإطارات كيف تم تشطيمها جيداً؟ ... كم هي لينة؟ كم عمق المداس؟ كذلك نعومتها أو خشونتها - حسب نوعية الإطارات - وربما وزنها.



التذوق: للأسف لا يمكن الحكم على الإطارات باستخدام حاسة الذوق كما في الأطعمة.



الرائحة: قليل من العملاء يريدون أن يقوموا بشم الإطارات. ولكن من يريد أن يفعل ذلك فاتركه يفعل ذلك.



كلما قلّ عدد الحواس التي نستخدمها؛ كنا بعيدين عن تحقيق النجاح. والعكس أيضاً صحيح فكلما استخدم المشتري حواسه الخمس في التعرف على المنتج؛ سهل عليه الاقتناع به.

الخطوات الست لبيع الإطارات

البيع هو أمر تدفعه العاطفة. وأخذ القرار؛ هو أمر تتحكم به العاطفة أيضاً لذا اتبع هذه الخطوات:

١- إن الابتسامة، والتحية هي بداية جيدة (للخدمة) التي تؤديها: (أهلاً وسهلاً، شرفتنا. كيف أستطيع خدمتك؟).



(وسوف تدهش كم أن بعض الناس يتسمون بالعصبية عند شراء الإطارات؛ لأنها منتجات غامضة وليس يسهل معرفة مواصفاتها. وقد يشعر الزبون بالغبن عندما يشتري سلعة لا يعرف أسرارها)، «تبسمك في وجه أخيك صدقة»، والمثل الصيني يقول: "على الرجل الذي لا يتمتع بوجه باسم؛ ألا يفتح متجرًا".

حاول ألا تجعل عميلك ينتظر، فليس كل واحد يستمتع بشراء الإطارات (وهذه المسألة تسمى عملية الشراء المجهدة).

٢- حاول الوصول إلى سيارة الزبون، وعندئذ يمكنك أن تكون مفيداً حقاً بطريقة احترافية، كما يمكنك أن تبعد ذهن العميل عن مسألة (الأسعار) إلى مسألة احتياجه للإطار. إن السيارة يمكن أن تخبرك بأشياء كثيرة!

- الكيلومتر، أو الأميال التي قطعتها السيارة.
- العام (سنة التصنيع أو الطراز «موديل»).
- امتيازات السيارة (فاخرة، أو اقتصاد، أو رياضية، أو عائلية).
- هل العميل يقود السيارة بطريقة احترافية، أو أن السيارة ممثلة بالصدمات ومهملة.



كما أن الإطارات يمكن أن تخبرك بالكثير من الملاحظات:

- هل بها أي تشققات، أو إصلاحات عديدة للبشر؟
- التشققات هل هي قريبة من الجنط، أو في منطقة الكتف، أو في الدعسة؟
- هل يوجد انفصال (سلخ، أو تحبيل)؟
- هل يوجد مسح غير منتظم؟ وهل هو في وسط الدعسة؟ أو بمنطقة الكتفين؟ وهل غطاء البلف موجود؟ أو غير موجود؟
- هل الزبون يستخدم حاليًا إطارات جودتها عالية؟ أو مستعملة؟ وهل الإطارات الأربعة من نوع واحد؟

بمجرد النظر والفحص يمكنك أن تعلم الكثير عن العميل. خاصة مدى اهتمامه بصيانة الإطارات ومراعاة الضغط والتدوير.

- هل يقود سيارته في الطرق السريعة؟
- تذكر أن (٨٠٪) من مشاكل الإطار، تحدث في الـ (٢٠٪) الأخيرة من عمر الإطار.
- هل يحتفظ الزبون بالإطار الاحتياطي (الإستبنة) لديه؟ وهل هو جديد؟ أو قديم؟ وهل هو صالح للاستعمال؟

حينما نقوم بشراء أشياء، نطلب النصيحة. نصيحة من متخصص. لذا دعنا نلقى نظرة ونتعرف بطريقة تخصصية.

لاحظ. كيف ستشعر إذا ذهبت إلى طبيب، هذا الطبيب لم يسألك بدقة عن شكواك، ولم يقيم بقياس نبضك، ولم ينظر في حلقك، وأعطاك وصفة طبية بكذا وكذا من الأدوية والعلاجات. هل كنت ستعتقد انه طبيب محترف؟ هل كنت ستثق به؟ وهل كنت ستذهب إليه مرة ثانية؟



٣- إنصح بإطار معين وأعرضه على العميل، ووضح له فائدة الإطار بالنسبة له.

دعه يشاهد، (ويلمس) الإطار الذي تنصحه بشراءه:

الدعسة – الجوانب – حافة الجنط –
التشطيب – البطانة الداخلية.

٤- الخصائص، والفوائد: اجمع الفوائد التي تقابل احتياجاته، فهو لن يهتم بالقوة الخيالية لزوايا الدوران إذا كانت سيارته من نوع سيدان ٤ سلندر، فقد يكون في منتصف العمر ويستخدم السيارة فقط للذهاب إلى العمل والعودة. وهي مسافة تبلغ خمسة أميال، ولكنه سيهتم: بدرجة السحب - الأمان - الراحة - ومعدل استهلاك الوقود.

٥- السؤال عن الطلبية:

- هل تريد الإطارات الجديدة في الأمام أم في الخلف؟
- ما هو الإطار الذي تريد الاحتفاظ به كاحتياطي؟
- هل تريد أن تدفع نقدًا؟ أم عن طريق بطاقة ائتمانية (الفيزا، أو الشبكة؟)
- هل ترغب في تركيب الإطارات حاليًا؟ وهل تريد فحص التوازن؟
- هل ترغب في تعبئتها بغاز النتروجين؟

٦- بع الصفقة كاملة:

الإطارات، ووزن الأذرعة، وإصلاح المقصات، وفحص البطارية والترصيص والبلوف، وفحص الفرامل ... الخ.



سيناريو لعملية بيع

عند دخول الزبون إلى المحل، يلتفت البائع إليه مباشرة وقبل أن يسلم، أو يلقي الزبون التحية ينبغي يبادره البائع بابتسامة صادقة:

المشتري: السلام عليكم .. صباح الخير.

البائع: وعليكم السلام ورحمة الله وبركاته، أهلاً وسهلاً (مع نفس الابتسامة الصادقة)، شَرَفَ المحل. كيف أقدر أخدمك؟

المشتري: عندكم إطار مقاس 160/225 آر16؟

البائع: أكيد موجود، إسم الكريم؟

المشتري: معاك يوسف، كم سعر الكفر؟

البائع: أبشر يا ابو يعقوب، دعنا نفحص إطارات سيارتك قبل كل شي (لاحظ نوع السيارة – ماركتها – درجة الاهتمام، النظافة، وانظر بتمعن في الإطارات سواء ماركتها أو المقاس وحالتها وهل جميع الإطارات نفس المقاس ونفس الماركة، تأكد من المقاس المستخدم هو المقاس الأساسي؟ أم أن الزبون قد قام بتغييره إلى مقاس أعرض حجماً، أو أن إرتفاعه أعلى. راقب المسح للدعسة هل هو مسح منتظم؟ أو غير ذلك. لأنه سيدلك عن حاجة لخدمة أخرى كوزن الأذرعة. هل يوجد إصلاحات بنشر؟ وهل الإصلاح جيد أو بطريقة سيئة؟ هل يحتاج لتغيير إطار واحد أو أكثر؟ لاحظ الجنوط هل هي سليمة من أي تخبطات؟ وهل هي أساسية؟ أو تم تبديلها؟ إفحص ضغط الهواء للتعرف هل مدى إهتمام السائق بصيانة الإطارات). اصطحب معك استمارة ودوّن فيها جميع هذه المعلومات، بحيث تشتمل على: اسم الزبون، نوع السيارة وموديلها، مقاسات الإطارات، ماركتها، عمق الدعسة، ضغط الهواء، حالة الإطارات.

خذ الزبون معك إلى المكتب واطلب منه أن يستريح واعرض عليه مشروباً (شاي – قهوة – عصير).

البائع: أستاذ يوسف، تشرب شاي أو عصير؟ (لاحظ تكرار الإسم يصنع جو من الألفة).

- ✓ إحرص على عدم إخبار الزبون عن السعر إلا بعد أن تتبع الخطوات السابقة، مما يسهل لك عملية الإقناع وللزبون معرفة مواصفات، وخصائص منتجاتك.
- ✓ أسوأ البائعين هم من يخبرون الزبون بسعر المنتج قبل أن يطلع على إطارات سيارته، وقبل أن يوجّد علاقة مع العميل، ويسأله عن اسمه، ويكسر حاجز الخوف، والتردد لدى الزبون.

أحضر عينة من المقاس المطلوب من قبل الزبون، وابدأ بشرح مواصفاته، ودع الزبون يشاهد، ويلمس. واستمر في شرح ما لديك من معلومات، ثم توقف لكي تعطي الزبون فرصة لكي يستجمع تلك المعلومات، وابدأ هو في تقديم الأسئلة. ولا تقاطعه ابداً. وأجب عن أسئلته بقدر استطاعتك. ولكن صادقاً معه. وإذا لم يكن لديك إجابة؛ فقل له: ليس لدي معرفة، ولكن إذا كان الأمر مهماً له فيمكنني الرجوع لصاحب المعلومة سواء كان في إدارة المبيعات، أو القسم الفني.

إحرص على عدم الاستخفاف بأسئلته، أو ملاحظاته، أو إصدار أي ابتسامة ساخرة تظهر بها ذكائك، أو معرفتك. وتذكر بأنك أيضاً تجهل الكثير عن منتجات أخرى. وضع نفسك مكانه. أظهر له الاهتمام، وتحديث بلباقة، وكياسة. وامدح الزبون وكرر اسمه على لسانك. إحرص على أن يكون المعرض نظيفاً، وكذلك مقاعد الاستقبال، وأن يكون جهاز التكييف، أو التدفئة يعمل جيداً وكذلك أكواب الخدمة نظيفة.

السعر

قد تقول (في نفسك): "يا لها من عربة قديمة جداً. (أي سيارة الزبون)، وهذا الزبون ليس لديه المال الكافي لشراء منتجاتنا، أو أنه زبون متعب!" حاول ألا تحكم على العميل بالمقارنة إلى نفسك، أو إلى مديرك. فإن القليل من بائعي السيارات من يمتلكون سيارة مرسيدس، أو لكزس. وأن غالبية الزبائن هم من يمتلكون سيارات عادية مثل: الكامري، وهيونداي وما شابهها. فالعملاء بالطبع أيضاً قد يقولون:

س: يمكنني شراء هذا المقاس بسعر أرخص، أو بأسعار كذا وكذا ...

ج: يمكنك الرد عليه: نعم هذا ممكن، ولكن السعر ليس مقياس للحكم على المنتج. قم بعرض الخدمة الحالية، وخدمة ما بعد البيع: (الضمان)، والتركيب، والترصيص المجاني، والبلف المجاني ... الخ، وتحدث عن القيمة، وطول عمر الإطار والأمان وسلامة العائلة، والعطلة عند تلف الإطارات، وما تكلفه من جهد ووقت.

س: أوه، إن هذا مبلغ كبير، الإطارات في محل كذا، أرخص.

ج: يمكنك الرد عليه: صحيح أن هذا يبدو مبلغاً كبيراً، ولكن اشرح له تكاليف الإطار/ تكاليف استهلاك البزتين - اشرح زيادة الأميال - اعرض القيمة كلها ثانية.

السعر مقابل التكلفة

(مثال: إطار سعره (٣٠٠) ريال. إذا كان عمره الافتراضي ١٨ شهراً، يصبح تكلفة الشهر الواحد ١٦,٦ ريالاً: $16.6 = 300 \div 18$), بينما إطار أرخص سعره (٢٥٠) ريال ويخدم لمدة ١٢ شهر يصبح تكلفة الشهر الواحد ٢٠,٨ ريال، وبذلك يكون الإطار الذي سعره أقل؛ تكلفته أكبر من الإطار الأعلى بحوالي ٢٥٪).

كذلك يمكن عمل المقارنة على أساس تكلفة الكيلو متر، فمثلاً إطار سعره (٣٠٠) ريال، ويخدم ٥٠,٠٠٠ كلم، تعتبر قيمته (وليس سعره) أفضل من إطار سعره (٢٥٠) ريال ويخدم ٣٠,٠٠٠ كلم. ركّز على القيمة، وليس السعر.

س: إن هذا مبلغ كبير جداً، لقد اشتريت زوجين من الإطارات في المرة السابقة بكذا ريال فقط.

ج: يمكنك الرد عليه: نعم، يمكنني تصور ذلك، فالعملاء لا يشترون إطارات كل يوم. وهي قد ازدادت بالطبع، ولكن جودة الإطارات أيضاً زادت. ومقارنة بمخاطر الإطارات الرخيصة جداً، وما يمكن أن تسببه من حوادث وتعطيل. فإن الفرق الذي يدفعه العميل للحصول على أمان؛ يستحق أن يدفعه. خاصة وأن الفرق بين إطار جيد وآخر أقل جودة ربما لا تزيد عن (٢٠٪). بينما قد يحصل الزبون على خدمة أطول للإطار تزيد عن (٣٠ إلى ٤٠) بالمئة. كما أن القيادة على الطرق الطويلة، بسرعات عالية في شدة الحر في الصيف، ومع العائلة قد لا تكون آمنة مع إطار جودته أقل.

كلما قدمت قيمة أكبر كلما قلّت أهمية السعر، عليك أن تركز على نوعية سيارة الزبون، أو ساعته، أو القلم. فإذا لاحظت أنه يقود سيارة فاخرة، أو يلبس ساعة ثمينة، أو غيرها من الممتلكات ذات السعر المرتفع، فعندها يمكنك أن تخبره بأنه زبون يعرف قيمة الأشياء لذلك فهو يشتري هذه الممتلكات لأنه يحرص على الجودة، وعلى العمر الافتراضي. وإلا فهناك سيارات رخيصة وكذلك ساعات رخيصة.

تذكر أن ٣٠ إلى ٤٠ في المئة من مجمل الزبائن يشترون حسب السعر، ولكن هناك ٦٠ إلى ٧٠ في المئة يحبون شراء القيمة.

إن السعر هو ما يدفعه العميل، بينما القيمة هي: ما يتصور ويتخيل وجوده في منتجاتك.

لا تركز على عملية البيع نفسها، ولكن ركز على الاستخدام، والصيانة، والضمان، وخدمات ما بعد البيع للمنتج. فنادراً ما يكون السعر هو سبب الشراء أو عدمه. وإن كان عامل السعر مهماً.

وفقاً لدراسة أعدتها جامعة (هارفارد للأعمال) فإن (٩٤٪) من عمليات الشراء التي تمت في الولايات المتحدة؛ أُبرمت لأسباب لا علاقة لموضوع السعر فيها. كما أوضحت الدراسة أن الزبائن الذين يجادلون طويلاً، وبالإحاح في موضوع السعر، يقدمون على الشراء في النهاية حيث إن من العوامل التي تساهم في الشراء:

المنظر العام لمركز الخدمة	ملاءمة السعر	فائدة المنتج	سمعة المنتج
طريقة الاستقبال	أسلوب البائع في الإقناع	الخدمة المقدمة	سمعة الشركة

إن الشخص الذي يسأل أسئلة؛ هو من يملك السيطرة. عندما تسأل سؤالاً يجب أن تصمت وتبقى منتبهاً لجواب الزبون.

إن دخلت في حوار حول السعر قبل أن يتفهم الزبون بشكل جيد ما تباعه والفوائد التي سيجنيها من عملية الشراء؛ تكون قد ساهمت في احتمال قتل عملية البيع. لذلك عليك أن ترجئ مناقشة السعر حتى تشرح له كافة المزايا، والخدمات التي سيحصل عليها. وهناك تقنية مهمة في عملية الإقناع بالسعر الذي تريد أن تباع به. وهي مسألة كم الفارق بين السعر الذي يطلبه العميل وبين سعرك؟ تأكد تماماً أنك عندما تخبره بأن الفارق في السعر يستطيع أن يعوضه من خلال الضمان المفتوح، والتركيب المجاني، وأي خدمات أخرى. فقد يعيد حساباته.

لا يريد الزبائن في هذه الأيام السعر الأقل، ولكنهم يريدون "سعرًا معقولاً" و"صفقة جيدة" فقد جربوا شراء منتجات رخيصة، ولكنها ذات جودة منخفضة. خاصة عند الحديث عن منتجات تتعلق بأرواحهم وسلامتهم وسلامة عائلاتهم.

لقد جربت شراء لعبة لطفلك ب (٥) ريالات، ولكنه لم يستمتع بها أكثر من أسبوع، وربما أقل من ذلك. بينما لعبة أخرى ب (٥٠) ريالاً، ربما يلعب بها سنة كاملة. أيهما أرخص إذاً؟ كذلك ربما تشتري توصيلة كهرباء رخيصة ذات جودة رديئة ب (١٠) ريالات. تتسبب في حريق منزل،

أو ورشة، أو مستودع بأكمله. بينما التوصيلة الجيدة ربما لا يزيد سعرها عن (٥٠) ريالاً وتعيش لسنوات عديدة وتكون أكثر أماناً.

أ. لقد اكتشفت الكثير عن عميلك وسوف تعرف نوع الإطار الذي يحتاجه.

ب. العديد من العملاء (وخاصة رجال الأعمال) سوف يلعبون بورقة (التمن) معك؛ فقط لمعرفة رد فعلك، ولأن الإنسان بطبيعته يحب المفاصلة في السعر، لكي يضمن أن البائع قدّم له أقل الأسعار لكيلا يشعر بالغبن.

ج. إذا قمت بتخفيض السعر بسرعة أي في خلال ٩٠ ثانية. فربما يفكر العميل:



لذا. بع القيمة. بع بما سيفعله المال الزائد للعميل. كم مرّة قلنا، أو سمعنا عبارة (لقد دفعت أكثر قليلاً، ولكن السعر يُنسى، ولكن القيمة لا تُنسى)، وكذلك المقولة المشهورة (الغالي ثمنه فيه).

إنها لعبة (الأرقام). فليس كل شخص يشتري المنتج الأجود. ولكنك إذا اتبعت الخطوات الست فسوف يشتري المزيد من العملاء صنف الإطار الأجود (لأسباب معقولة) أكثر مما يفعلون الآن.

يقول عالم الرياضيات الشهير فيثاغورس:

”تمتلك الأرقام طريقة تأخذ بواسطتها يد الرجل وتقوده بلطف في مسار العقل“.

“

- وهناك فائدة سعرية زائدة بالنسبة لصنف السلع الأجود.
- وهناك عادة ما يكون رضا العملاء، والأمان، والسلامة.
- كما أن عنصر الإطارات الأساسية – التي تم تركيبها في بلد المنشأ - (OE)؛ مهم في إقناع الزبون. فعندما تخبره أن إطارات شركتكم هي إطار أساسي للسيارة للكرزس، أو الأفالون، وتويوتا ومازدا، أو إطار أساسي للسيارة الكيا، وهيونداي أو غيرها؛ يصبح الزبون أكثر ارتياحًا واطمئنًا، وهناك دراسة تقول إن (٦) من كل (١٠) سائقين؛ يشترون من نفس الإطار الأساسي الموجود على السيارة من قبل المصنع.
- من الحكمة في معظم المفاوضات؛ محاولة الإبقاء على تنازل واحد كاحتمال قائم في مواجهة طلبات اللحظة الأخيرة. خاصة إذا كان هناك منافس مشترك يتفاوض معه العميل.
- إن العميل الذي يفاوض في السعر لديه رغبة حقيقية في الشراء من حيث المبدأ.
- حاول التعامل مع مسألة السعر في النهاية وخذها كقاعدة عامة.
- إذا اضطرت ألى أن تخفّض سعرك. فحاول الحصول على شيء مساوٍ للقيمة؛ كأن تطلب السداد نقدًا أو أن تقلّص فترة السداد، أو أن تطلب مبلغًا مقابل التركيب.
- إذا حاول المشتري إغرائك بكميات أكبر في المستقبل؛ فلا تتنازل عن شيء في الوقت الحالي، ولكن أوعده بدراسة الأسعار مستقبلاً إذا استمر في الشراء وبلغت كمياته الرقم الذي يتحدث عنه.
- إذا أخبرك العميل عن أسعار مغرية من منافسيك، إطلب منه دليلًا كصورة فاتورة، أو عرض أسعار لكي؛ تعرضها على مسؤولك.

بعد الاتفاق على عملية البيع:

١. اطلب أمر شراء من العميل فور الانتهاء من الاتفاق، أو سجّل أمر توريد، واطلب منه التوقيع عليه.
٢. إشكر العميل على إتمام الصفقة.
٣. لا تُشعر عميلك بالانتصار عليه، واجعله يشعر أن قراره بالشراء كان مفيداً له.
٤. تابع مواعيد التسليم، والدفع.
٥. إحرص على التواصل مع العميل بالزيارات، والهاتف، والانترنت، وغيرها.
٦. اطلب من عميلك تزكيتك لدى عميل آخر يعرفه.

إن إتمام الصفقة وتسجيل طلب الشراء، أو استلام قيمة الإطارات، لا يعني إنتهاء العلاقة مع العميل أو الزبون. بل يعتبر بداية العلاقة للأسباب التالية:

لأنك بحاجة إلى تكرار عملية البيع، واستمرارية التعامل مع الزبون، أو العميل.

لأنك بحاجة إلى تزكيتك، ومدحه، وثنائه، وترشيح منتجاتك لعميل وزبون آخر (WOM).

لأن المنافسة في عالم الإطارات كبيرة، وأنت بحاجة للمحافظة على عملائك، وولائهم لمنتجاتك.

لأن الإطارات ممكن أن تتعرض للتلف، أو البنش بشكل سريع. ومالم تترك إنطباعاً جيداً في الصفقة السابقة وتتواصل مع العميل بشكل جيد، فإن البدائل الأخرى متاحة بشكل كبير.

إن التميز في عالم البيع يتطلب المزيد من الحماس والتطوير المستمر للمهارات والقدرات وتعلم المزيد من أسرار المهنة. وحيث إننا نعيش في عصر المعلومة والمعرفة؛ فإن المستهلكين يرغبون في التعامل مع بائع متمكن يعرف أسرار صناعته، ويعرف مزايا وفوائد منتجاته. ولم يعد سهلاً تسويق السلع، والخدمات من خلال الكلمات المنمقة الخالية من المصداقية، والتي لم تعد تنطلي على عقولهم المتفتحة من أثر وسائل المعرفة المتعددة في عصرنا الحاضر.

مصطلحات مهمة ينبغي تعلمها

مصطلحات الإطارات		
إطارات معدات ثقيلة	OFF-THE-ROAD	OTR
إطارات معدات صناعية	INDUSTRIAL TIRES	IND
إطارات الشاحنات راديال	TRUCK & BUS RADIAL	TBR
إطارات الشاحنات نايلون	TRUCK & BUS BIAS	TBB
إطارات الشاحنات الخفيفة راديال	LIGHT TRUCK RADIAL	LTR
إطارات الشاحنات الخفيفة نايلون	LIGHT TRUCK BIAS	LTB
إطارات المقطورات	LOW PLATFORM	LPT
إطارات المركبات الرياضية	SPORT UTILITY VEHICLE	SUV
إطارات مركبات الدفع الرباعي	4 X 4	4X4
إطارات سيارات النقل الخفيفة	LIGHT VAN RADIAL	LVR
إطارات سيارات الركاب	PASSENGER CAR RADIAL	PCR
عرض مقطع الإطار	Section Width	SW
القطر الكلي للإطار	Overall Diameter	OD
قطر الجنط	Rim Diameter	RD
نسبة عرض المقطع للارتفاع	Aspect Ratio	AR
عرض الجنط	Rim Width	RW
رمز/مؤشر الحمولة (الوزن)	Load Index	LI
رمز/مؤشر السرعة	Speed Symbol	SS
إطارن بدون لستك داخلي	Tubeless	TL
إطار مع لستك داخلي	Tube Type	TT

المراجع

- دورة فنية مقدمة من شركة تويو لصناعة الإطارات والمطاط بعنوان: معلومات أساسية عن الإطارات (Tire Basic Knowledge – TOYO Tire Co).
- دليل الإصلاح النموذجي للإطارات من شركة تويو لصناعة الإطارات والمطاط (Proper Tire Repair Manual by ToyoTire Co).
- مذكرة خطوات إصلاح الإطارات من شركة تويو لصناعة الإطارات والمطاط (Tire Repair Procedure by Toyo Tire Co).
- الدليل الفني للإطارات من شركة نيكسن للإطارات (Tire Tech. Manual by NEXEN Tire Co).
- دليل ضمان صيانة وسلامة الإطارات من (شركة بريدجستون وفايرستون)، (Maintenance Safty and Waranty Manual (Bridgestone & Firestone).
- مذكرة برنامج التدريب الفني ٢٠٠٧م من شركة الراشد وجوديير، Technical Training Program ٢٠٠٧.
- برنامج فيديو مهارات بيع الإطارات (Tire Selling Skills).
- موقع شركة إطارات يوكوهاما العالمي [/http://global.yokohamatire.net](http://global.yokohamatire.net)
- موقع شركة إطارات كندا [/http://www.kendatire.com](http://www.kendatire.com)
- [/ http://www.achillesradial.com](http://www.achillesradial.com)
- كتاب أساسيات البيع ومبادئ النجاح (للمؤلف).
- مذكرة سمات البائع الناجح (Atributes Of Successful Salesman).
- دليل نصائح السلامة من شركة ميشلان (Michelin Safety Advice Manual).
- دليل ضغط الهواء الصحيح من شركة ميشلان - ٢٠٠١ (Proper Tire Pressure – Michelin - ٢٠٠١).

الفهرس

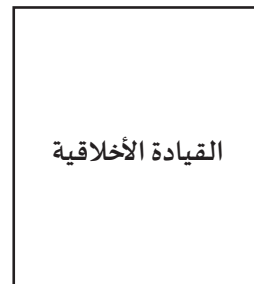
٤	مقدمة
٦	تمهيد
٧	الفصل الأول معلومات أساسية عن الإطارات
٨	معلومات أساسية عن الإطارات (Tire Basic Knowledge)
٩	تعيين حجم الإطار (Tire Designation)
١٣	إرشادات الجدار الجانبي (Sidewall Designations)
١٤	UTQG
١٦	أنواع الإطارات من ناحية البناء (الهيكل)
١٦	مزايا إطارات الراديال مقابل النايلون
١٧	العوامل المؤثرة في عمر الإطار
١٧	مزايا إطارات التيوبلس Tubeless Tire Feature
١٨	مجموعات الإطارات (Tire Groups)
٢١	الفصل الثاني صيانة الإطارات
٢٢	صيانة الإطارات Tire Maintenance
٢٢	ضغط الهواء وموازنة الإطارات
٢٢	أولاً: ضغط الهواء
٢٣	النتائج المترتبة على إهمال ضغط الهواء
٢٤	تنبيهات مهمة لضغط الهواء
٢٥	التوصيات لصيانة ضغط هواء سليم
٢٦	ضغط الهواء السليم Recommended Air Pressure
٢٧	مؤشر اهتراء الإطار (مسح) Tire Wear Indicator
٢٨	ثانياً: موازنة الإطارات
٢٩	ثالثاً: ترصيص الإطارات
٣٠	أسباب أخرى للاهتزاز

٣٠	تدوير الإطارات Tire Rotation
٣١	لماذا نحتاج إلى تدوير الإطارات
٣٢	كيف يتم تدوير الإطارات
٣٤	ملاحظة مهمة قبل وبعد إجراء عملية التدوير
٣٤	الإطار الداخلي (الستك) وغطاء البلف
٣٥	تخزين الإطارات
٣٦	تأثير الحمولة الزائدة على الإطارات
٣٧	العلاقة بين السرعة والحمولة وضغط الهواء
٣٨	أولاً: أعطاب الجدار الجانبي Sidewall Damages
٣٩	ثانياً: الانفصال أو التسليخ Separation
٤٠	إصلاح الإطارات Tire Repair
٤٣	الفصل الثالث تسويق الإطارات
٤٤	تسويق الإطارات Tire's Marketing
٤٥	صفات البائع المتميز
٤٧	الحاجات والرغبات Needs & Wants
٥٠	الخصائص والمزايا والفوائد
٥٠	أولاً: الخاصية Feature
٥٠	ثانياً: الميزة Advantage
٥٠	ثالثاً: الفائدة Benefit
٥١	توضيح مزايا الإطار
٥٤	الخطوات الست لبيع الإطارات
٥٧	سيناريو لعملية بيع
٥٩	السعر مقابل التكلفة
٦٤	مصطلحات مهمة ينبغي تعلمها
٦٥	المراجع
٦٦	الفهرس

صدر للمؤلف



سيصدر قريبا للمؤلف



دليل البائع الناجح (كيف تصبح بائع إطارات متميز)

Successful Salesman Guide

(How to Become a Unique Tire Salesman)



المعلومات الشخصية

الاسم : عبداللطيف سعيد محمد العامودي.
الميلاد: جدة - ١٣٧٧هـ / ١٩٥٨م .
الحالة الاجتماعية: متزوج .

الدرجات العلمية

بكالوريوس إدارة أعمال، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبدالعزيز،
بجدة بتقدير امتياز مع مرتبة الشرف، ١٣٩٩هـ / ١٩٧٩م.

الخبرات الوظيفية

رئيس مجلس إدارة شركة سعيد محمد العمودي المحدودة. وكلاء إطارات
تويو اليابانية، وإطارات نيكسن الكورية.
رئيس مجلس إدارة شركة مجموعة العمودي وشركاؤه (بيكرزتشويس).
رئيس مجلس إدارة شركة رؤية غدن للتطوير والاستثمار العقاري.
نائب رئيس شركة مكين للتطوير العقاري.

الكتب والمؤلفات

- أساليب البيع ومبادئ النجاح.
- استراتيجيات تسويقية.
- المدير التنفيذي الناجح.
- قيادة الشركات العائلية.
- القيادة الإدارية.
- القيادة الأخلاقية.
- بناء وتسويق العلامة التجارية.

أسعد بتواصلكم

✉ alatief@smalamoudi.com.sa

📧 [@abdullatif.alamoudi](https://www.facebook.com/abdullatif.alamoudi)

🐦 [@abdullatifalamo](https://twitter.com/abdullatifalamo)

📷 [@alamoudiabdullatif](https://www.instagram.com/alamoudiabdullatif)