

التوصيف الوظيفي

مدير المنتجات والمبيعات الإلكترونية

E-commerce Product & Sales Manager

الهدف من الوظيفة

إدارة المنتجات والمبيعات داخل التطبيق، والعمل على زيادة الطلبات والإيرادات من خلال اختيار المنتجات المناسبة، وتحسين عرضها وتسعيرها وترتيبها، ومتابعة المخزون وأداء الفئات والموديلات والمقاسات.

يتولى مدير المنتجات والمبيعات الربط بين المنتجات، والمخزون، والتسويق، وخدمة العملاء، والبيانات؛ لضمان عرض المنتجات المناسبة للعميلة المناسبة، وتحقيق أعلى مبيعات ممكنة دون الإضرار بالربحية أو تراكم المخزون.

المسؤوليات الوظيفية

أولاً: إدارة المنتجات والتشكيلة

- إدارة تشكيلة المنتجات المعروضة داخل التطبيق ومتابعة جاهزيتها للبيع.
- تحديد المنتجات والفئات التي يجب إضافتها أو إبرازها أو تخفيض ظهورها.
- متابعة المنتجات الجديدة وضمان تجهيز بياناتها وصورها وأسعارها ومقاساتها قبل عرضها.
- مراجعة أسماء المنتجات، وتصنيفاتها، وأوصافها، وخصائصها، والمقاسات والألوان.
- التأكد من دقة بيانات المنتجات وتناسقها وسهولة وصول العميلة إليها.
- تحديد المنتجات الأساسية والموسمية والمنتجات ذات الأولوية.
- دراسة احتياجات العميليات واقتراح المنتجات والفئات التي يحتاجها السوق.
- التنسيق مع المشتريات بشأن المنتجات المطلوبة والكميات والمقاسات والألوان المناسبة.

ثانياً: إدارة العرض داخل التطبيق

- تنظيم الصفحة الرئيسية والفئات والقوائم والمنتجات المقترحة.
- تحديد المنتجات التي تظهر في الواجهات والبنرات والأقسام المميزة.
- تحسين ترتيب المنتجات بناءً على المبيعات، والمخزون، والموسم، وسلوك العميليات.
- تطوير طرق تجميع المنتجات، مثل:
 - وصل حديثاً.
 - الأكثر مبيعاً.
 - اختيارات الموسم.
 - المنتجات المناسبة للمناسبات.
 - تنسيقات الملابس والمنتجات المكملة.
- التأكد من جودة صور المنتجات ووضوح تفاصيلها وتطابقها مع المنتج الفعلي.
- تحسين تجربة اكتشاف المنتجات والتنقل بين الفئات داخل التطبيق.

ثالثاً: إدارة المبيعات

- إعداد خطط وأهداف المبيعات الشهرية والربع سنوية.
- متابعة المبيعات اليومية والأسبوعية والشهرية وتحليل أسباب الارتفاع أو الانخفاض.
- تحليل المبيعات بحسب المنتج، والفئة، والمقاس، واللون، والعلامة التجارية والمحافظة.
- تحديد المنتجات الأعلى مبيعاً والمنتجات الضعيفة والمنتجات التي لا تتحرك.
- اقتراح إجراءات عملية لزيادة مبيعات المنتجات الضعيفة.
- العمل على زيادة:
 - عدد الطلبات.
 - معدل التحويل.
 - متوسط قيمة الطلب.
 - عدد القطع في الطلب.
 - معدل إعادة الشراء.
- متابعة تحقيق أهداف المبيعات وتقديم تقارير دورية للإدارة.

رابعاً: التسعير والعروض

- مراجعة أسعار البيع والتأكد من تناسبها مع التكلفة والسوق وهوامش الربح.
- دراسة أسعار المنافسين والبدائل المتاحة في السوق.
- اقتراح العروض والتخفيضات والباقات بالتنسيق مع الإدارة والتسويق.
- تحديد المنتجات المناسبة للعروض دون الاعتماد على التخفيضات العشوائية.
- اقتراح عروض البيع المتقاطع والمنتجات المكملة.
- قياس أثر كل عرض على المبيعات، والربحية، والمخزون.
- الموازنة بين زيادة المبيعات والمحافظة على قيمة العلامة التجارية.

خامساً: إدارة المخزون التجاري

- متابعة كميات المخزون وتوفر المقاسات والألوان لكل منتج.
- التنسيق مع المخزون والمشتريات بشأن المنتجات الناقصة أو الراكدة.
- عدم الترويج لمنتجات لا تتوفر منها كميات أو مقاسات كافية.
- تحديد المنتجات المهددة بالنفاد وإبلاغ التسويق والمشتريات.
- إعداد خطط لتصريف المنتجات البطيئة والقديمة.
- تحليل سرعة دوران المخزون وعمر المنتجات.
- اقتراح إعادة الطلب للمنتجات الناجحة بناءً على المبيعات الفعلية.
- تقليل تراكم المخزون ونفاد المنتجات المطلوبة.

سادساً: فهم عميلات الأزياء والسوق

- فهم احتياجات عميلات الأزياء النسائية وسلوكهن الشرائي.
- متابعة المواسم والمناسبات والاتجاهات المتعلقة بالأزياء.
- فهم تأثير الصور، والمقاسات، والألوان، والخامات، والقصة على قرار الشراء.
- تحليل أسباب إرجاع أو استبدال المنتجات، خصوصاً مشكلات المقاس أو اختلاف المنتج عن الصور.
- الاستفادة من تقييمات العميلات وأسئلة خدمة العملاء لتحسين المنتجات والعرض.
- اقتراح تشكيلات ومنتجات تتناسب مع طبيعة السوق اليميني ومستوى الأسعار.

سابعاً: التنسيق مع التسويق

- تزويد مسؤول التسويق بالمنتجات والفئات ذات الأولوية.
- المشاركة في إعداد التقويم التجاري والتسويقي.
- تحديد المنتجات المناسبة لكل حملة بناءً على المخزون والربحية وفرص البيع.
- تقديم معلومات دقيقة عن مزايا المنتجات والفئات والمقاسات المتوفرة.
- مراجعة نتائج الحملات من ناحية المبيعات والمنتجات، وليس الإعلان فقط.
- اقتراح حملات للمنتجات الجديدة، والأكثر مبيعاً، والبطيئة، والموسمية.
- التأكد من توافق الوعود الإعلانية والعروض مع الأسعار والمخزون الفعلي.

ثامناً: التنسيق مع الأقسام الأخرى

- التعاون مع المشتريات لتحديد الاحتياجات والكميات المناسبة.
- التعاون مع المخزون لضمان دقة الكميات والتوفر.
- التعاون مع التصوير والمحتوى لضمان جودة صور وبيانات المنتجات.
- التعاون مع خدمة العملاء لتحليل الشكاوى والاستبدالات والإرجاعات.
- التعاون مع الفريق التقني لتحسين عرض المنتجات، والبحث، والفلاتر، والتصنيفات.
- رفع متطلبات واضحة بشأن التعديلات التي يحتاجها التطبيق لدعم المبيعات وإدارة المنتجات.

تاسعاً: التقارير والتحليل

- إعداد تقارير يومية وأسبوعية وشهرية عن المبيعات والمنتجات والمخزون.
- تحليل أداء المنتجات والفئات والعروض.
- مقارنة المبيعات بالأهداف والخطط السابقة.
- تحديد المشكلات والفرص وتقديم توصيات قابلة للتنفيذ.
- إعداد توقعات المبيعات والاحتياجات المستقبلية للمخزون.
- متابعة تنفيذ القرارات وقياس نتائجها.

المؤهلات والخبرات المطلوبة

- خبرة عملية لا تقل عن 3 سنوات في إدارة المنتجات أو المبيعات أو التجارة الإلكترونية.
- خبرة سابقة في قطاع الأزياء أو التجزئة، ويفضل الأزياء النسائية.
- فهم قوي للمبيعات والتسعير والمخزون وسلوك العملاء.
- خبرة في إدارة المنتجات داخل تطبيق أو متجر إلكتروني.
- القدرة على تحليل بيانات المنتجات والمبيعات واتخاذ القرارات بناءً عليها.
- إجادة استخدام Excel أو Google Sheets.
- يفضل وجود خبرة في أنظمة إدارة المخزون أو أنظمة ERP مثل Odoo.
- القدرة على إعداد التقارير والتوقعات وخطط المبيعات.
- معرفة جيدة بأدوات الذكاء الاصطناعي واستخدامها في التحليل وتصنيف المنتجات ودراسة الأداء.

المهارات المطلوبة

- عقلية تجارية قوية وتركيز على المبيعات والربحية.
- فهم جيد للمنتجات والأزياء وسلوك العميلات.

- مهارة عالية في التحليل واكتشاف أسباب ضعف المبيعات.
- دقة في مراجعة بيانات المنتجات والأسعار والمخزون.
- القدرة على ترتيب الأولويات واتخاذ القرارات.
- المبادرة واقتراح حلول وفرص جديدة.
- القدرة على التنسيق بين عدة أقسام.
- مهارة في التفاوض والتواصل ورفع التقارير.
- تحمل مسؤولية النتائج ومتابعة التنفيذ.
- الاهتمام بالتفاصيل دون فقدان النظرة التجارية العامة.

مؤشرات تقييم الأداء

- نمو المبيعات والإيرادات.
- تحقيق أهداف المبيعات الشهرية والربع سنوية.
- معدل التحويل داخل التطبيق.
- متوسط قيمة الطلب.
- متوسط عدد القطع في الطلب.
- نسبة إعادة الشراء.
- مبيعات المنتجات الجديدة.
- سرعة دوران المخزون.
- نسبة المنتجات الراكدة.
- معدل نفاذ المنتجات المطلوبة.
- هامش الربح الإجمالي.
- دقة بيانات وأسعار ومخزون المنتجات.
- نسبة الإرجاع والاستبدال المرتبطة بالمنتج أو المقاس.
- أداء الفئات والموديلات والمقاسات.
- جودة التقارير والتوصيات وسرعة تنفيذ الإجراءات.

طبيعة المرشح المطلوب

نبحث عن شخص يفهم أن إدارة المنتجات لا تعني رفع الصور والأسعار فقط، وأن إدارة المبيعات لا تعني انتظار وصول الطلبات.

المرشح المناسب يجب أن يستطيع معرفة:

- ماذا نبيع؟
- لمن نبيعه؟
- بأي سعر؟
- كيف نعرضه؟
- ما المنتجات التي تستحق الترويج؟
- ما سبب ضعف منتج معين؟
- ماذا نشترى مرة أخرى؟
- وما المنتجات التي يجب إيقافها أو تصريفها؟

ويكون مسؤولاً عن تحويل بيانات المنتجات والمخزون وسلوك العميلات إلى قرارات تؤدي إلى مبيعات وربحية أفضل.

