

معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و سنجش مهارت

دفتر پژوهش، طرح و برنامه‌ریزی درسی

استاندارد آموزش شغل

فروشنده

گروه شغلی

امور مالی و بازرگانی

کد ملی آموزش شغل

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|---|---|---|-----------|------------|---|---|-----------|---|---|---------------|---|---|------|
| ۵ | ۲ | ۲ | ۳ | ۲ | ۰ | ۴ | ۵ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ |
| Isco-08 | | | | سطح مهارت | شناسه گروه | | | شناسه شغل | | | شناسه شایستگی | | | نسخه |

۱/۱/۳۵/۱/۱
۳-۵۱/۳۵/۱/۱

تاریخ تدوین استاندارد: ۸۸/۱/۱



خلاصه استاندارد

| | |
|--|------------|
| تعریف مفاهیم سطوح یادگیری | |
| آشنایی: به مفهوم داشتن اطلاعات مقدماتی/شناسایی: به مفهوم داشتن اطلاعات کامل / اصول: به مفهوم میانی مطالب نظری / توانایی: به مفهوم قدرت انجام کار | |
| مشخصات عمومی شغل: | |
| فروشنده کسی است که پس از گذراندن دوره آموزشی بتواند با جذب مشتریان احتمالی نسبت به فروش محصول یا خدمات مورد نظر شخص یا سازمان در طی فرایند فروش اقدام کند. | |
| ویژگی های کارآموزورودی : | |
| حداقل میزان تحصیلات : دیپلم | |
| حداقل توانایی جسمی: سلامت کامل جسمانی و روانی | |
| مهارت های پیش نیاز این استاندارد: ندارد | |
| طول دوره آموزشی : | |
| طول دوره آموزش | : ۱۳۰ ساعت |
| - زمان آموزش نظری | : ۸۰ ساعت |
| - زمان آموزش عملی | : ۵۰ ساعت |
| - زمان کارآموزی در محیط کار | : - ساعت |
| - زمان اجرای پروژه | : - ساعت |
| - زمان سنجش مهارت | : - ساعت |
| روش ارزیابی مهارت کارآموز: | |
| ۱- امتیاز سنجش نظری(دانش فنی): ۲۵٪ | |
| ۲- امتیاز سنجش عملی : ۷۵٪ | |
| ۲-۱- امتیاز سنجش مشاهده ای: ۱۰٪ | |
| ۲-۲- امتیاز سنجش نتایج کار عملی: ۶۵٪ | |
| ویژگیهای نیروی آموزشی: | |
| حداقل سطح تحصیلات : دارا بودن شرایط زیر: | |
| - لیسانس مدیریت (کلیه گرایش ها) یا کلیه رشته ها با ۳ سال سابقه کار مرتبط و داشتن کارت مربیگری از سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور | |



نام شغل: فروشنده

سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

فهرست توانایی های شغل

| ردیف | کد برنامه درسی | عنوان توانایی |
|------|----------------|---|
| ۱ | ۵/۱ | توانایی فنی شغل |
| | | توانایی دستیابی به بینش فروش |
| | | توانایی تشخیص ویژگی های فروشنده |
| | | توانایی تشخیص رفتار مشتری |
| | | توانایی به کارگیری فنون ارتباطات در فروش |
| | | توانایی پیشبرد فروش |
| | | توانایی مذاکره |
| | | توانایی جذب مشتری |
| | | توانایی مدیریت تماس با مشتری |
| | | توانایی اجرای فرایند فروش |
| | | توانایی انجام امور بانکی معاملات |
| | | توانایی کار تیمی در فروش |
| | | توانایی مدیریت تعارض |
| | | توانایی مدیریت فشارهای روانی |
| | | توانایی بکارگیری ضوابط ایمنی و بهداشت کار در محیط کار |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|--|-------|
| جمع | عملی | نظری | | |
| ۹ | ۱ | ۸ | توانایی دستیابی به بینش فروش ۱-۱ آشنایی با مفهوم فروش ۱-۲ آشنایی با نقش و اهمیت فروش ۱-۳ آشنایی با اجرای آمیخته بازاریابی ۱-۴ آشنایی با عوامل استراتژیک فروش - محصول - مشتری - بنگاه - رقبا ۱-۵ آشنایی با انواع راهبردی های فروش - فروش یکبار در برابر فروش تکراری - فروش با توجه به نوع مشتری - فروش با توجه به نوع محصول - فروش با توجه به حوزه عملیات (ناحیه جغرافیایی) - فروش ثابت در برابر فروش سیار - فروش خلاق و غیر خلاق ۱-۶ آشنایی با اهداف فروش - اهداف کمی - اهداف کیفی ۱-۷ آشنایی با محیط فروش - محیط داخلی واحد فروش - محیط داخل سازمان - محیط صنعت - محیط کشور | |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|--|---|
| جمع | عملی | نظری | | |
| | | | <p>آشنایی با آثار نوسانات اقتصادی بر فروش محصول</p> <p>- دوران رونق</p> <p>- دوران رکود</p> <p>- دوران بهبود</p> <p>- دوران بحران</p> <p>آشنایی با مدیریت زمان در فروش</p> | <p>۱-۸</p> <p>۱-۹</p> |
| ۴ | ۱ | ۳ | <p>توانایی تشخیص ویژگی های فروشنده</p> <p>آشنایی با اهمیت شخصیت فروشنده در فروش</p> <p>آشنایی با ویژگی های فروشنده</p> <p>- ظاهری</p> <p>- شخصیتی</p> <p>- رفتاری</p> <p>شناسایی اصول تشخیص ویژگی های فروشنده</p> | <p>۲</p> <p>۲-۱</p> <p>۲-۲</p> <p>۲-۳</p> |
| ۸ | ۲ | ۶ | <p>توانایی تشخیص رفتار مشتری</p> <p>آشنایی با نیاز، خواسته و تقاضای مشتری</p> <p>آشنایی با عوامل موثر بر انتظارات مشتری</p> <p>آشنایی با عوامل موثر بر ادارات مشتری</p> <p>آشنایی با عوامل موثر بر رضایت مشتری</p> <p>آشنایی با فرایند خرید مشتری</p> | <p>۳</p> <p>۳-۱</p> <p>۳-۲</p> <p>۳-۳</p> <p>۳-۴</p> <p>۳-۵</p> |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|---|---|
| جمع | عملی | نظری | | |
| | | | <p>آشنایی با انواع روش های ارتباط با مشتری</p> <p>آشنایی با عوامل موثر بر ایجاد ارتباط اثربخش بر مشتری</p> <p>شناسایی اصول تشخیص رفتار مشتری</p> | <p>۳-۶</p> <p>۳-۷</p> <p>۳-۸</p> |
| ۶ | ۲ | ۴ | <p>توانایی به کارگیری فنون ارتباطات در فروش</p> <p>آشنایی با تعریف ارتباطات</p> <p>آشنایی با مبانی ارتباطات</p> <p>آشنایی با نقش ارتباطات</p> <p>آشنایی با فرایند ارتباطات</p> <p>آشنایی با عوامل موثر بر بهبود ارتباطات</p> <p>شناسایی اصول به کارگیری فنون ارتباطات در فروش</p> | <p>۴</p> <p>۴-۱</p> <p>۴-۲</p> <p>۴-۳</p> <p>۴-۴</p> <p>۴-۵</p> <p>۴-۶</p> |
| ۵ | ۱ | ۴ | <p>توانایی پیشبرد فروش</p> <p>آشنایی با تعریف پیشبرد فروش</p> <p>آشنایی با انواع پیشبرد فروش</p> <p>آشنایی با اهداف پیشبرد فروش</p> <p>آشنایی با اهمیت پیشبرد فروش</p> <p>آشنایی با ابزارهای پیشبرد فروش</p> <p>شناسایی مراحل پیشبرد فروش</p> <p>شناسایی اصول ارزشیابی انواع روش های پیشبرد فروش</p> | <p>۵</p> <p>۵-۱</p> <p>۵-۲</p> <p>۵-۳</p> <p>۵-۴</p> <p>۵-۵</p> <p>۵-۶</p> <p>۵-۷</p> |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|---|--|
| جمع | عملی | نظری | | |
| ۹ | ۴ | ۵ | توانایی مذاکره آشنایی با تعریف مذاکره آشنایی با انواع مذاکره شناسایی اصول مذاکره اثربخش آشنایی با راهبردهای مذاکره آشنایی با فنون اجرای مذاکره شناسایی اصول اجرای مذاکره آشنایی با جنبه های اخلاقی و غیر اخلاقی فنون مذاکره | ۶ ۶-۱ ۶-۲ ۶-۳ ۶-۴ ۶-۵ ۶-۶ ۶-۷ |
| ۷ | ۲ | ۵ | توانایی جذب مشتری آشنایی با تعریف مشتری آشنایی با انواع مشتری - مشتری احتمالی - سرنخ فروش - مشتریان مشکوک آشنایی با انواع منابع اطلاعاتی در ارتباط با مشتری آشنایی با انواع روش های مشتری یابی شناسایی اصول ایجاد سرنخ فروش موثر - پایگاه داده ای - پست مستقیم - بازاریابی از راه دور - بازاریابی مستقیم آشنایی با رسانه های بازاریابی مستقیم شناسایی اصول جذب مشتری | ۷ ۷-۱ ۷-۲ ۷-۳ ۷-۴ ۷-۵ ۷-۶ ۷-۷ |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|--|------|------|--------------------------------------|-------|
| جمع | عملی | نظری | | |
| ۱۴ | ۸ | ۶ | توانایی مدیریت تماس با مشتری | ۸ |
| | | | آشنایی با انواع روش های برقراری تماس | ۸-۱ |
| | | | - خصوصی | |
| | | | - تلفنی | |
| | | | - الکترونیکی | |
| | | | آشنایی با اهداف تماس با مشتری | ۸-۲ |
| | | | - جلب توجه | |
| | | | - یادآوری | |
| | | | - ایجاد علاقه | |
| آشنایی با انواع فعالیت های قبل از تماس با مشتری | ۸-۳ | | | |
| شناسایی اصول انجام فعالیت های قبل از تماس با مشتری | ۸-۴ | | | |
| آشنایی با شیوه های ایجاد ارتباط با مشتری | ۸-۵ | | | |
| شناسایی اصول ایجاد ارتباط با مشتری | ۸-۶ | | | |
| شناسایی اصول هدایت مشتری به انجام خرید واقعی | ۸-۷ | | | |
| آشنایی با عوامل موثر بر موفقیت تماس با مشتری | ۸-۸ | | | |
| آشنایی با عوامل موثر بر عدم موفقیت تماس با مشتری | ۸-۹ | | | |
| ۲۶ | ۱۴ | ۱۲ | توانایی اجرای فرایند فروش | ۹ |
| | | | آشنایی با مراحل فرایند فروش | ۹-۱ |
| | | | - اولیه | |
| - رودرو | | | | |
| - پیگیری | | | | |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|--|-----------|
| جمع | عملی | نظری | | |
| | | | آشنایی با انواع مشتری - کنونی - گذشته - ثابت | ۹-۲ |
| | | | شناسایی اصول برقراری ارتباط با انواع مشتری | ۹-۳ |
| | | | شناسایی اصول ارزیابی انواع مشتریان | ۹-۴ |
| | | | آشنایی با فرایند آماده سازی جهت انجام مذاکره فروش | ۹-۵ |
| | | | شناسایی اصول روش های شروع مذاکره | ۹-۶ |
| | | | آشنایی با روش های تشخیص نیاز واقعی مشتری | ۹-۷ |
| | | | آشنایی با انواع روش های ترغیب | ۹-۸ |
| | | | شناسایی اصول پاسخ به سوالات مشتری | ۹-۹ |
| | | | شناسایی اصول رفع اعتراضات مشتری | ۹-۱۰ |
| | | | شناسایی اصول روش های خاتمه مذاکره | ۹-۱۱ |
| | | | شناسایی اصول انجام معاملات اعتباری | ۹-۱۲ |
| | | | شناسایی اصول تحویل سفارش | ۹-۱۳ |
| | | | آشنایی با نحوه آموزش کاربرد و نگهداری از محصول | ۹-۱۴ |
| | | | شناسایی اصول رسیدگی به شکایات | ۹-۱۵ |
| ۹ | ۳ | ۶ | توانایی انجام امور بانکی معاملات | ۱۰ |
| | | | آشنایی با انواع پرداخت - نقد (وجه نقد، کارت های اعتباری) - نسیه (چک، سفته) | ۱۰-۱ |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|--|---|
| جمع | عملی | نظری | | |
| | | | <p>آشنایی با انواع حواله</p> <p>آشنایی با انواع برات</p> <p>آشنایی با قوانین بانکی</p> <p>شناسایی اصول تکمیل اسناد بانکی</p> <p>شناسایی اصول گشایش اعتبار بانکی</p> <p>شناسایی اصول افتتاح حساب</p> | <p>۱۰-۲</p> <p>۱۰-۳</p> <p>۱۰-۴</p> <p>۱۰-۵</p> <p>۱۰-۶</p> <p>۱۰-۷</p> |
| ۱۰ | ۴ | ۶ | <p>توانایی کار تیمی در فروش</p> <p>آشنایی با تعریف تیم</p> <p>آشنایی با اهمیت تیم</p> <p>آشنایی با انواع تیم</p> <p>آشنایی با انواع نقش‌ها در تیم کاری</p> <p>آشنایی با اصول پرورش افراد جهت عضویت در تیم</p> <p>آشنایی با عوامل موثر بر انسجام و اثربخشی تیم کاری</p> <p>شناسایی اصول انجام کار تیمی در فروش</p> | <p>۱۱</p> <p>۱۱-۱</p> <p>۱۱-۲</p> <p>۱۱-۳</p> <p>۱۱-۴</p> <p>۱۱-۵</p> <p>۱۱-۶</p> <p>۱۱-۷</p> |
| ۷ | ۲ | ۵ | <p>توانایی مدیریت تعارض</p> <p>آشنایی با تعریف تعارض</p> <p>آشنایی با انواع تعارض</p> <p>- مخرب</p> <p>- سازنده</p> | <p>۱۲</p> <p>۱۲-۱</p> <p>۱۲-۲</p> |



| زمان آموزش | | | شرح | شماره |
|------------|------|------|---|-------|
| جمع | عملی | نظری | | |
| | | | <p>آشنایی با فرایند ایجاد تعارض ۱۲-۳</p> <p>آشنایی با تکنیک های حل تعارض ۱۲-۴</p> <p>شناسایی اصول حل تعارض ۱۲-۵</p> | |
| ۷ | ۲ | ۵ | <p>توانایی مدیریت فشارهای روانی ۱۳</p> <p>آشنایی با تعریف فشار روانی ۱۳-۱</p> <p>آشنایی با انواع فشارهای روانی ۱۳-۲</p> <p>آشنایی با عوامل ایجاد فشارهای روانی ۱۳-۳</p> <p>- فرد</p> <p>- گروه</p> <p>- سازمان</p> <p>آشنایی با ارتباط میان تفاوت های فردی با فشارهای روانی ۱۳-۴</p> <p>آشنایی با آثار فشارهای روانی ۱۳-۵</p> <p>آشنایی با فرایند ایجاد فشارهای روانی ۱۳-۶</p> <p>شناسایی اصول مدیریت پیشگیری و کاهش فشار روانی ۱۳-۷</p> | |
| ۹ | ۴ | ۵ | <p>توانایی بکارگیری ضوابط ایمنی و بهداشت کار در محیط کار ۱۴</p> <p>آشنایی با بیماریهای ناشی از شغل ۱۴-۱</p> <p>آشنایی با علل بروز حوادث شغلی ۱۴-۲</p> <p>آشنایی با وسایل حفاظت فردی ۱۴-۳</p> <p>آشنایی با علل آتش سوزی و اصول اطفاء حریق ۱۴-۴</p> <p>آشنایی با شرایط مطلوب و ایمنی محیط کار ۱۴-۵</p> <p>آشنایی با عوامل استرس آفرین و غلبه بر آن ۱۴-۶</p> <p>آشنایی با بهداشت روانی در کار ۱۴-۷</p> | |



لیست تجهیزات رشته (بر اساس کاربرد شماره ۸)

| ردیف | تجهیزات (یک واحد) | مشخصات فنی | تعداد کاربر استاندارد (نفر) | عمر مفید و استاندارد | ملاحظات |
|------|--------------------|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|---------|
| ۱ | تلویزیون | رنگی ۲۹ اینچ | ۱ دستگاه برای هر کارگاه | - | - |
| ۲ | ویدئو | VHS-CD | ۱ دستگاه برای هر کارگاه | - | - |
| ۳ | میز | تحریر | ۱ عدد برای هر نفر | - | - |
| ۴ | صندلی | چوبی | ۱ عدد برای هر نفر | - | - |
| ۵ | تخته وایت برد | ۱×۱/۵m | ۱ عدد برای هر کارگاه | - | - |
| ۶ | کیسول اطفاء حریق | پودر خشک ۶ کیلو گرمی | ۱ عدد برای هر کارگاه | - | - |
| ۷ | جعبه کمک های اولیه | با تجهیزات کامل | ۱ عدد برای هر کارگاه | - | - |

لیست ابزار رشته (بر اساس کاربرد شماره ۸)

| ردیف | ابزار (یک واحد) | مشخصات فنی | تعداد کاربر استاندارد (نفر) | عمر مفید و استاندارد | ملاحظات |
|------|--------------------------|--|------------------------------------|-------------------------|---------|
| ۱ | نمونه فرم زمان بندی فروش | - | ۱ نمونه برای هر کارگاه | - | - |
| ۲ | انواع پایگاه داده ای | مجلات تخصصی صنعت مربوطه | از هر کدام ۱ عدد برای هر کارگاه | - | - |
| ۳ | چک بانکی | رمزدار، عادی - در وجه حامل، به نام - تایید شده، تضمین شده - مسافرتی | از هر کدام ۱ عدد برای هر کارگاه | - | - |
| ۴ | سفته | - | ۱ نمونه برای هر کارگاه | - | - |
| ۵ | برات | ساده - اسنادی - دیداری - مدت دار | ۱ نمونه برای هر کارگاه | - | - |
| ۶ | حواله | - | ۱ نمونه برای هر کارگاه | - | - |
| ۷ | نمونه کارت اعتباری | - | ۱ نمونه برای هر کارگاه | - | - |



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل : فروشنده

لیست مواد مصرفی رشته (بر اساس کاربرد شماره ۸)

| ردیف | مواد مصرفی | مشخصات | تعداد کاربرد استاندارد (نفر) | ملاحظات |
|------|----------------|-----------------|--------------------------------|---------|
| ۱ | کاغذ | A4 | ۱ بسته ۵۰۰ برگی برای هر کارگاه | - |
| ۲ | لوازم التحریر | مداد، خودکار | ۱ عدد برای هر نفر | - |
| ۳ | تخته پاک کن | اسفنجی | ۱ عدد برای هر کارگاه | - |
| ۴ | ماژیک وایت برد | آبی، قرمز، مشکی | از هر رنگ ۱ عدد برای هر کارگاه | - |



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل : فروشنده

فهرست منابع و نرم افزارهای آموزشی (بر اساس کاربرد شماره ۹)

| ردیف | شرح |
|------|--|
| ۱ | فروش موفق؛ نویسنده: رابرت هکر، مترجم: شفیع الهی، انتشارات سارگل، چاپ اول، ۱۳۸۰ |
| ۲ | ۱۰۱ راه برای افزایش فروش؛ نویسنده: پاتریک فورسایت، مترجم: علی ضرغامی، انتشارات: قلیانی، چاپ دوم، ۱۳۷۹ |
| ۳ | فروش تلفنی موفق در یک هفته؛ نویسنده: پاتریک فورسایت، مترجم دانا امیری، انتشارات کیفیت و مدیریت، چاپ اول ۱۳۸۰ |
| ۴ | مدیریت فروش و فروش حضوری با نگرش بر بازار ایران؛ مولف: پرویز درگی، موسسه خدمات فرهنگی رسا، چاپ اول ۱۳۸۶ |
| ۵ | اصول و فنون موفقیت در فروش؛ نویسنده: دیوید هیلبر، ترجمه: اکبر شاه کرمی، فرامرز شاه محمدی، علی عیاری، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ دوم، ۱۳۸۱ |
| ۶ | رویکردهای نوین در رفتار سازمانی (روانشناسی و مدیریت)؛ تالیف: علی نصر اصفهانی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ اول ۱۳۸۱ |
| ۷ | روانشناسی مدیریت و سازمان؛ نویسنده: سید امین الله علوی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول ۱۳۷۱ |
| ۸ | Sales management , eugewe m.johnson , David L.kurt2,Eberhard E.scheuing , Mcgraw hill,1998 |