

المقدمة:

في عالم تتزايد فيه المنافسة بشكل مستمر، يصبح تحقيق مبيعات عالية أمراً صعباً للغاية. لا تستطيع الشركات التي تسعى للمنافسة إدارة عمليات المبيعات بشكل فعال إلا من خلال إنشاء نظام حديث لإدارة فرق المبيعات، فضلاً عن توفير التدريب اللازم للموظفين. تم تصميم هذا البرنامج التدريبي بهدف تزويد مدير المبيعات المعتمد بالمعارف، المهارات، والأدوات الضرورية التي تساعد على تحسين أدائه، وتنظيم المهارات المتنوعة، بالإضافة إلى تعزيز الكفاءات التقنية الأخرى التي توجه مندوبي المبيعات نحو تحقيق أداء عالٍ.

الفئات المستهدفة:

- الأفراد العاملون في قسم المبيعات وفريق دعم العملاء.
- المرشحون الذين يتطلعون لشغل وظائف في قسم المبيعات ويسعون لتطوير مهاراتهم في مجال البيع.
- أي شخص يشعر بالحاجة لهذه الدورة ويرغب في تحسين مهاراته المهنية وخبراته العملية.

الأهداف التدريبية:

بنهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

1. فهم الصفات اللازمة لمدير المبيعات الناجح للتعامل مع تحديات السوق المعاصر.
2. تصميم وتنفيذ استراتيجيات المبيعات، وتنظيم شرائح السوق، واستخدام نماذج التنبؤ المختلفة لتحسين نتائج المبيعات.
3. تدريب وتوجيه فريق المبيعات لزيادة المبيعات والأرباح.
4. عقد دورات تدريبية فعّالة لموظفي المبيعات.
5. استخدام مهارات القيادة لبناء فريق عمل فعّال يعزز المبيعات ويسهم في الحفاظ على العملاء.
6. مراجعة أداء المبيعات باستخدام مجموعة متنوعة من نماذج تقييم الأداء.

الكفاءات المستهدفة:

- إدارة المبيعات والمزيج التسويقي.
- التخطيط الاستراتيجي والتنظيم.
- إدارة عمليات البيع.
- كفاءات إدارة فرق المبيعات.

· القيادة والتحفيز.

· إدارة أداء فريق المبيعات.

· محتوى الدورة.

الوحدة الأولى: إدارة المبيعات والمزيج التسويقي

· تعريف إدارة المبيعات.

· وظائف إدارة المبيعات.

· الصفات الشائعة التي يجب أن يتحلى بها أعضاء فريق المبيعات.

· نموذج كفاءة المبيعات.

· المسؤوليات الأساسية لمدير المبيعات.

· الأخطاء الشائعة التي يرتكبها مدراء المبيعات.

· دور البيع الشخصي في المزيج التسويقي.

· العلاقة بين التسويق والمبيعات.

الوحدة الثانية: التخطيط الاستراتيجي والتنظيم

· المبادئ الأساسية لتخطيط المبيعات.

· تحليل SWOT (تحليل القوة، الضعف، الفرص، التهديدات).

· صياغة استراتيجيات المبيعات.

· تحديد استراتيجيات فريق المبيعات.

· تقنيات التنبؤ بالمبيعات.

· تنظيم فريق المبيعات.

· هيكلية فريق المبيعات ونشره.

· تصميم وإدارة المناطق الجغرافية لفريق المبيعات.

· إدارة الحسابات الرئيسية.

الوحدة الثالثة: إدارة عملية البيع

· البيئة التجارية المتغيرة.

· فهم سيكولوجية المشتري.

· خصائص البائعين الناجحين.

· التعرف على مكونات عملية البيع.

· منهجية البيع "ASAP".

· وضع إطار للتغيير داخل فريق المبيعات.

· جعل فريق المبيعات موجهاً نحو العملاء.

· إدارة علاقات العملاء (CRM).

الوحدة الرابعة: كفاءات إدارة المبيعات

· استقطاب أفراد فريق المبيعات.

· أهمية وجود برنامج اختيار جيد.

· استقطاب وتوظيف أعضاء فريق المبيعات.

· تحديد عدد موظفي فريق المبيعات.

· تدريب وتوجيه فريق المبيعات.

· تطوير وتنفيذ برامج تدريبية لفريق المبيعات.

· تقنيات التدريب الفعّالة.

· عملية التدريب الميداني.

الوحدة الخامسة: قيادة الفريق والتحفيز

· دورة تطوير الفريق.

- مراحل تشكيل وتطوير الفريق.
- تدريب وتوجيه فريق المبيعات لتحقيق أداء عالٍ.
- عملية توجيه فريق المبيعات.
- المبادئ الأساسية للقيادة.
- القيادة الظرفية.
- المبادئ الأساسية للتحفيز.
- مزيج العوامل المحفزة.

الوحدة السادسة: إدارة أداء فريق المبيعات

- أهمية وضع المعايير لقياس الأداء.
- أنواع المعايير المستخدمة في التقييم.
- خصائص نظام التقييم الفعال.
- معايير التقييم المعتمدة على النتائج.
- معايير التقييم المعتمدة على المساهمة.
- المقاييس النوعية للأداء.
- المقاييس الكمية للأداء.
- نماذج تقييم المبيعات.