

رقم الدورة 1874

دورة مبيعات وتوزيع منتجات التأمين عبر المصارف

مبيعات وتوزيع المنتجات التأمينية
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

التواريخ

٠٣ نوفمبر - ٤ ديسمبر ٢٠٢٢

المدة

5 أيام

المكان

مسقط، سلطنة عُمان



تفاصيل الموعد المجدول

مسقط، سلطنة عُمان

المدينة

٠٣ نوفمبر – ٤ ديسمبر ٢٠٢٢

التاريخ

حضور

طريقة التقديم

€ ٠٣,٥٠

رسوم الدورة

نظرة عامة على الدورة

تقدم هذه الدورة إطاراً مهنيّاً متكاملًا لإدارة مبيعات وتوزيع منتجات التأمين عبر المصارف، مع التركيز على بناء نماذج فعالة للتعاون بين البنوك وشركات التأمين بما يساهم في توسيع قاعدة العملاء، وزيادة انتشار المنتجات التأمينية، وتعزيز العلاقات المصرفية، وتحقيق قيمة تجارية مستدامة.

تتناول الدورة الأسس الاستراتيجية للتأمين المصرفي، بما يشمل نماذج الأعمال وهياكل الشراكات، وتقسيم العملاء، ومواءمة المنتجات مع القنوات، والتوزيع من خلال الفروع، والقنوات الرقمية، وعمليات البيع، وإدارة العلاقات. كما يتعرف المشاركون على كيفية دمج المنتجات التأمينية ضمن رحلات العملاء المصرفية مع المحافظة على الكفاءة التجارية والتشغيلية والالتزام بالمتطلبات التنظيمية.

تركز الدورة بصورة عملية على أداء مبيعات التأمين المصرفي، بما في ذلك توليد فرص البيع، وتصنيف العملاء، وتحليل الاحتياجات، والبيع المتقاطع، والبيع الإضافي، وتحويل الفرص إلى مبيعات، وإدارة مسار المبيعات، ورفع إنتاجية الفروع، وتصميم الحوافز والعمولات، وقياس الأداء. كما تتناول تطوير قدرات موظفي البنوك والمتخصصين في التأمين على تقديم حلول تأمينية مناسبة للعملاء.

وتغطي الدورة كذلك الحوكمة والامتثال وحماية العملاء ومخاطر السلوك المهني وإدارة الشراكات واستخدام البيانات والتحول الرقمي والتحسين المستمر. ويعمل المشاركون على تطوير حلول عملية لتحسين مبيعات وتوزيع منتجات التأمين عبر المصارف بما يحقق التوازن بين نمو المبيعات وربحية القنوات وتجربة العميل والكفاءة التشغيلية وإدارة المخاطر.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الدور الاستراتيجي للتأمين المصرفي ضمن استراتيجيات مبيعات وتوزيع المنتجات التأمينية.
- تقييم نماذج أعمال التأمين المصرفي وهياكل الشراكة بين البنوك وشركات التأمين.
- تطوير استراتيجيات فعالة لمبيعات وتوزيع منتجات التأمين عبر المصارف.
- تقسيم العملاء المصرفيين وتحديد المنتجات التأمينية المناسبة لكل شريحة.
- تطبيق أساليب البيع الاستشاري لتحليل الاحتياجات التأمينية للعملاء.
- تحسين فرص البيع المتقاطع والبيع الإضافي وتحويل العملاء والاحتفاظ بهم.
- تقييم أداء الفروع ومديري العلاقات والقنوات المباشرة والرقمية.
- تصميم أهداف مبيعات وحوافز وعمولات ومؤشرات أداء فعالة.
- تعزيز التعاون بين البنوك وشركات التأمين وفرق الفروع وشركاء التوزيع.
- استخدام بيانات العملاء والتحليلات لتحسين توليد فرص البيع وانتشار المنتجات.
- تعزيز الحوكمة والامتثال وحماية العملاء وإدارة مخاطر السلوك المهني.
- تطوير مبادرات عملية لتحسين ربحية التأمين المصرفي وتجربة العملاء والأداء المستدام.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة العاملين في البنوك وشركات التأمين والمؤسسات المالية والشركات المصرفية التأمينية وإدارات التوزيع والمبيعات وتطوير الأعمال واكتساب العملاء وإدارة الشراكات التجارية.

وتناسب بشكل خاص مديري التأمين المصرفي، ومديري المبيعات، ومديري التوزيع، ومديري الفروع، ومديري العلاقات، ومديري تطوير الأعمال، ومديري المنتجات التأمينية، ومديري الشراكات، ومديري تجربة العملاء، والمشرفين على المبيعات والمتخصصين في توزيع المنتجات التأمينية من خلال القنوات المصرفية.

كما تناسب المديرين التنفيذيين وصناع القرار المسؤولين عن الشراكات بين البنوك وشركات التأمين، والاستراتيجية التجارية، وربحية القنوات، ونمو قاعدة العملاء، والتوزيع الرقمي، والأداء العام لبرامج التأمين المصرفي.

مخرجات التعلم

- عند إتمام الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- شرح المبادئ الاستراتيجية والمحركات التجارية للتأمين المصرفي.
- تقييم نماذج التأمين المصرفي واختيار الهياكل المناسبة للأسواق المستهدفة.
- تطوير عروض قيمة تأمينية تركز على احتياجات العملاء المصرفيين.
- تقسيم العملاء وفق احتياجاتهم وسلوكهم وإمكاناتهم التجارية والتأمينية.
- موازنة المنتجات التأمينية مع شرائح العملاء وقنوات التوزيع المناسبة.
- بناء عمليات مبيعات متكاملة تبدأ من تحديد الفرص وتنتهي بتحويلها والاحتفاظ بالعميل.
- تحسين فرص البيع المتقاطع والبيع الإضافي ضمن العلاقات المصرفية القائمة.
- رفع كفاءة فرق الفروع ومديري العلاقات في مبيعات المنتجات التأمينية.
- تطوير أهداف مبيعات وجوافز ومؤشرات أداء فعالة للتأمين المصرفي.
- تحليل إنتاجية القنوات ومعدلات التحويل وانتشار المنتجات والربحية والاحتفاظ بالعملاء.
- استخدام بيانات العملاء والتحليلات لتحديد فرص المبيعات وتحسين فعالية الحملات.
- إدارة العلاقة ونماذج التشغيل بين البنوك وشركات التأمين.
- تحديد ومعالجة التعارضات بين القنوات وأوجه القصور التشغيلية وفجوات تجربة العملاء.
- تطبيق مبادئ الحوكمة والامتثال وحماية العملاء ومخاطر السلوك المهني.
- إعداد خطة عملية لتحسين مبيعات وتوزيع منتجات التأمين وقيمة العملاء وربحية التأمين المصرفي.

■ المحاوّر التدريبيّة

محاوّر الدورة

اليوم الأول

استراتيجية التأمين المصرفي ونماذج الأعمال والتموضع السوقي

- مفهوم التأمين المصرفي وتطوره ودوره في الأسواق المالية والتأمينية.
- الدور الاستراتيجي للتأمين المصرفي في تحقيق النمو.
- نماذج أعمال التأمين المصرفي وهياكل الشراكة.
- نماذج التشغيل وتوزيع المسؤوليات بين البنك وشركة التأمين.
- تقسيم قاعدة العملاء المصرفيين وتحديد الاحتياجات التأمينية.
- موازنة المنتجات التأمينية مع شرائح العملاء وقنوات التوزيع.
- تطوير عروض القيمة والتميز التنافسي.
- تحديد فرص النمو والتوسع في التأمين المصرفي.
- تحديد الأهداف والأولويات الاستراتيجية.
- بناء استراتيجية متكاملة لمبيعات وتوزيع المنتجات التأمينية عبر المصارف.
- تطبيق عملي: إعداد استراتيجية للتأمين المصرفي تستهدف شريحة محددة من العملاء المصرفيين.

اليوم الثاني

استراتيجية مبيعات التأمين المصرفي واكتساب العملاء

- دورة مبيعات التأمين المصرفي من الاستهداف إلى إتمام البيع.
- توليد فرص البيع من الفروع ومديري العلاقات والقنوات الرقمية وقواعد بيانات العملاء.
- تصنيف العملاء وتحليل الاحتياجات التأمينية.

اليوم الثاني — تابع

- البيع الاستشاري والمحادثات القائمة على احتياجات العميل.
- تقديم المنتجات التأمينية وإيصال القيمة للعميل.
- البيع المتقاطع والبيع الإضافي من خلال العلاقات المصرفية.
- التعامل مع اعتراضات العملاء ومخاوفهم.
- تأهيل فرص البيع وإدارة معدلات التحويل.
- إدارة مسار المبيعات والمتابعة الفعالة.
- تعزيز الاحتفاظ بالعملاء وتجديد الوثائق التأمينية.
- تطبيق عملي: بناء رحلة مبيعات متكاملة تبدأ من تحديد العميل المحتمل وتنتهي بإتمام وثيقة التأمين.

اليوم الثالث

قنوات التوزيع وأداء الفروع وإدارة فرق المبيعات

- نماذج توزيع التأمين المصرفي من خلال الفروع.
- أدوار مديري العلاقات والمصرفيين وفرق الفروع والمتخصصين في التأمين.
- تصميم عمليات مبيعات التأمين داخل الفروع.
- تحديد أهداف المبيعات وإدارة الإنتاجية.
- تصميم الحوافز والعمولات والمكافآت المرتبطة بالأداء.
- تطوير مهارات فرق مبيعات التأمين المصرفي.
- تدريب وتوجيه فرق الفروع وتحسين الأداء.
- إدارة الفروع عالية الأداء والفروع منخفضة الأداء.
- متابعة أنشطة المبيعات ومعدلات التحويل وانتشار المنتجات.
- إدارة العلاقة بين البنك وشركة التأمين.
- تعزيز التنسيق بين الفرق المصرفية والتأمينية.

اليوم الثالث — تابع

- تطبيق عملي: تصميم إطار لإدارة أداء التأمين المصرفي على مستوى الفروع يتضمن الأهداف والمؤشرات والحوافز وإجراءات التحسين.

اليوم الرابع

التأمين المصرفي الرقمي وتجربة العملاء وتحليل البيانات

- التحول الرقمي في توزيع المنتجات التأمينية عبر المصارف.
- بيع المنتجات التأمينية من خلال المنصات المصرفية والتطبيقات الرقمية.
- دمج التأمين ضمن رحلة العميل في القنوات المصرفية الرقمية.
- استراتيجيات التوزيع متعددة القنوات.
- التكامل بين الفروع والقنوات الرقمية.
- تصميم تجربة عميل سهلة ومتكاملة لشراء المنتجات التأمينية.
- استخدام بيانات العملاء لتحديد فرص التأمين.
- تحليل العملاء وسلوكهم وتخصيص العروض التأمينية.
- إدارة الحملات وتحديد أولويات فرص البيع.
- قياس التحويل والتفاعل والأداء في القنوات الرقمية.
- تحديد فرص تحسين المبيعات الرقمية والاحتفاظ بالعملاء.
- تطبيق عملي: تصميم رحلة عميل رقمية متكاملة للتأمين المصرفي تشمل الشرائح المستهدفة والمنتجات ونقاط التحويل ومؤشرات الأداء.

اليوم الخامس

حوكمة التأمين المصرفي وقياس الأداء والتحسين الاستراتيجي

- حوكمة التأمين المصرفي وأطر الرقابة التشغيلية.
- تحديد الأدوار والمسؤوليات بين البنك وشركة التأمين.
- متطلبات الامتثال والضوابط المرتبطة بتوزيع المنتجات التأمينية.
- حماية العملاء وضمان التعامل العادل معهم.
- إدارة مخاطر السلوك المهني وجودة المبيعات.
- المخاطر التشغيلية وضوابط الرقابة في التأمين المصرفي.
- إعداد لوحات متابعة الأداء ومؤشرات الأداء الرئيسية.
- قياس نمو المبيعات والربحية والإنتاجية وانتشار المنتجات ومعدلات التحويل والاحتفاظ بالعملاء.
- مراجعة أداء الشراكات بين البنوك وشركات التأمين.
- تحسين قنوات التأمين المصرفي والاستثمارات والموارد المخصصة لها.
- التحسين المستمر وتطوير نموذج التأمين المصرفي.
- ورشة ختامية: إعداد خطة متكاملة لتحسين مبيعات وتوزيع منتجات التأمين عبر المصارف تشمل الاستراتيجية، وتقسيم العملاء، والمنتجات، والقنوات، وعمليات البيع، وأداء الفروع، والتوزيع الرقمي، والحوافز، والحوكمة، ومؤشرات الأداء، والربحية.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/digital-insurance-distribution-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440