

رقم الدورة 1872

دورة استراتيجية توزيع منتجات التأمين وإدارة قنوات التوزيع

مبيعات وتوزيع المنتجات التأمينية
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم هذه الدورة إطاراً استراتيجياً وعملياً متكاملًا لتصميم وإدارة وتحسين استراتيجيات توزيع منتجات التأمين وقنواتها المختلفة. وتركز على كيفية توسيع الوصول إلى الأسواق، ورفع إنتاجية قنوات التوزيع، وتحسين وصول العملاء إلى المنتجات والخدمات التأمينية، وتحقيق نمو مستدام من خلال نموذج توزيع فعال ومنظم.

تتناول الدورة منظومة توزيع منتجات التأمين بمختلف أشكالها، بما في ذلك البيع المباشر، والفروع، والوكلاء، والوسطاء، والتأمين المصرفي، والقنوات الرقمية، والشراكات التجارية، ونماذج التوزيع الحديثة. ويتعلم المشاركون كيفية تقييم كل قناة وفقاً لشرائح العملاء وخصائص المنتجات والأهداف التجارية والتكاليف والقدرات التشغيلية والاعتبارات المتعلقة بالمخاطر.

تركز الدورة بصورة خاصة على استراتيجيات القنوات، وتقسيم الأسواق، واقتصاديات قنوات التوزيع، وتخطيط المناطق والأسواق، وإدارة أداء الوسطاء والوكلاء، وإدارة التعارض بين القنوات، وتصميم رحلة العميل، والتحول الرقمي، والتوزيع متعدد القنوات. كما يتعلم المشاركون كيفية تحديد المزيج الأمثل للقنوات وتوزيع المنتجات والعملاء والموارد والاستثمارات بينها.

كما تتناول الدورة حوكمة قنوات التوزيع، وقياس الأداء، وأنظمة الحوافز، وإدارة الوسطاء، وتجربة العميل، والامتثال، ومخاطر السلوك المهني، والتحسين المستمر. وتهدف إلى تمكين المشاركين من بناء شبكات توزيع عالية الأداء تحقق التوازن بين النمو والربحية وقيمة العميل والكفاءة التشغيلية وإدارة المخاطر.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الدور الاستراتيجي لتوزيع منتجات التأمين في تحقيق النمو وتعزيز القدرة التنافسية.
- تقييم قنوات توزيع منتجات التأمين وقياس كفاءتها التجارية والتشغيلية.
- تطوير استراتيجية متكاملة لتوزيع المنتجات التأمينية تتوافق مع الأهداف المؤسسية.

- تقسيم العملاء وربط المنتجات والقنوات باحتياجات الشرائح المستهدفة.
- تحسين أداء الوكلاء والوسطاء والتأمين المصرفي والقنوات المباشرة والشراكات والقنوات الرقمية.
- تقييم اقتصاديات قنوات التوزيع وتكلفة تقديم الخدمة والإنتاجية والربحية.
- تحديد مؤشرات أداء فعالة لقنوات التوزيع وبناء أطر لإدارتها.
- تحسين استقطاب الوسطاء والوكلاء وتطويرهم وتحفيزهم ورفع أدائهم.
- إدارة التعارض بين القنوات وتحسين التغطية الجغرافية والسوقية.
- تصميم استراتيجيات فعالة للتوزيع الرقمي ومتعدد القنوات.
- تعزيز حوكمة التوزيع وإدارة الامتثال ومخاطر السلوك المهني.
- تطوير خطط مستمرة لتحسين كفاءة قنوات التوزيع وأدائها.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة المتخصصين في شركات التأمين المسؤولين عن استراتيجية التوزيع وقنوات المبيعات وتطوير الأعمال واستقطاب العملاء والأداء التجاري. وتناسب بشكل خاص مديري التوزيع، ومديري القنوات، ومديري المبيعات، ومديري الوكالات، ومديري الفروع، وقادة تطوير الأعمال.

كما تناسب المتخصصين المسؤولين عن إدارة الوكلاء والوسطاء وعلاقات التأمين المصرفي والشراكات الاستراتيجية والمبيعات المباشرة والتوزيع الرقمي وتجربة العملاء وتوزيع المنتجات وإدارة شبكات الوسطاء. وتعد الدورة مناسبة بشكل خاص للمديرين التنفيذيين وصناع القرار المسؤولين عن استراتيجية النمو والتحول في منظومة التوزيع وربحية القنوات والتوسع في الأسواق وتحسين وصول العملاء وبناء شبكات توزيع عالية الأداء.

مخرجات التعلم

- عند إتمام الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- شرح الأسس الاستراتيجية لإدارة توزيع منتجات التأمين.
- تقييم مزايا وحدود وتكاليف ومخاطر قنوات التوزيع الرئيسية.
- تطوير استراتيجية توزيع تتوافق مع أهداف الأعمال واحتياجات العملاء.
- تقسيم العملاء وتحديد القنوات الأنسب للوصول إليهم.
- تصميم نماذج فعالة لتوزيع المنتجات من خلال الوكلاء والوسطاء.
- تقييم فرص التأمين المصرفي والشرابات الاستراتيجية.
- تطوير استراتيجيات البيع والتوزيع المباشر والرقمي.
- تحليل ربحية القنوات وإنتاجيتها وتكلفة تقديم الخدمة.
- تحديد مؤشرات أداء قنوات التوزيع وبناء لوحات متابعة فعالة.
- تحسين أداء الوسطاء والوكلاء وإدارة العلاقات معهم.
- تحديد التعارضات بين القنوات ومعالجة أوجه عدم الكفاءة في التوزيع.
- تصميم رحلات عملاء متكاملة عبر القنوات المختلفة.
- تعزيز حوكمة التوزيع وضوابط مخاطر السلوك المهني.
- استخدام البيانات والتحليلات لتحسين توزيع العملاء والمنتجات والاستثمارات بين القنوات.
- إعداد خطة متكاملة لتحقيق نمو مستدام في منظومة توزيع منتجات التأمين.
- المحاور التدريبية

محاوّر الدورة

اليوم الأول

استراتيجية توزيع منتجات التأمين والتموضع في السوق

- الدور الاستراتيجي لتوزيع المنتجات في نمو شركات التأمين.
- تطور نماذج وقنوات توزيع منتجات التأمين.
- فهم تغير توقعات العملاء وسلوكهم الشرائي.
- تقسيم السوق وتحديد العملاء المستهدفين.
- البيع المباشر والوكلاء والوسطاء والتأمين المصرفي والشراكات والقنوات الرقمية.
- مواءمة المنتجات مع قنوات التوزيع.
- استراتيجية التوزيع والتموضع التنافسي.
- تقييم الوصول إلى الأسواق وتغطية القنوات.
- تحديد أهداف التوزيع والأولويات الاستراتيجية.
- بناء استراتيجية متكاملة لتوزيع منتجات التأمين.
- تطبيق عملي: تطوير استراتيجية توزيع لسوق تأميني وشريحة عملاء محددة.

اليوم الثاني

تصميم القنوات واقتصاديات التوزيع وتحسين الشبكات

- تصميم شبكات فعالة لتوزيع منتجات التأمين.
- هياكل شبكات الوكلاء والوسطاء.
- إدارة توزيع المنتجات عبر الفروع والبيع المباشر.
- نماذج التأمين المصرفي والشراكات التجارية.
- القنوات الرقمية والبيع الإلكتروني للمنتجات التأمينية.

اليوم الثاني — تابع

- تحليل اقتصاديات القنوات وتكلفة تقديم الخدمة.
- قياس ربحية وإنتاجية قنوات التوزيع.
- تخطيط التغطية الجغرافية والأسواق المستهدفة.
- توزيع الموارد والاستثمارات بين القنوات.
- إدارة التداخل والتعارض بين قنوات التوزيع.
- تطبيق عملي: تقييم شبكة توزيع قائمة وإعداد خطة لتحسين هيكل القنوات وكفاءتها.

اليوم الثالث

إدارة الوسطاء والوكلاء وأداء القنوات

- استقطاب واختيار الوكلاء والوسطاء.
- تأهيل الوسطاء والوكلاء وتطويرهم والاحتفاظ بهم.
- تحديد أهداف القنوات وتوقعات الأداء.
- قياس الإنتاجية وإدارة أداء قنوات التوزيع.
- الحوافز والعمولات والمكافآت المرتبطة بالأداء.
- إدارة القنوات والوسطاء منخفضي الأداء.
- إدارة العلاقات وتطوير الشراكات الاستراتيجية.
- مراقبة جودة الوسطاء ومستوى خدمة العملاء.
- مراجعة أداء القنوات والإجراءات التصحيحية.
- بناء شبكات توزيع عالية الأداء.
- تطبيق عملي: إعداد إطار متكامل لإدارة أداء الوسطاء والوكلاء يشمل الأهداف والمؤشرات والحوافز والإجراءات التصحيحية.

اليوم الرابع

التوزيع الرقمي ومتعدد القنوات والتوزيع المرتكز على العميل

- التحول الرقمي في توزيع منتجات التأمين.
- نماذج البيع الإلكتروني والهاتف المحمول والخدمة الذاتية.
- تصميم استراتيجيات التوزيع متعددة القنوات.
- دمج القنوات التقليدية والرقمية.
- تصميم رحلة العميل عبر قنوات التوزيع المختلفة.
- إدارة القنوات اعتماداً على البيانات.
- تحليل سلوك العملاء وتفضيلاتهم للقنوات.
- تخصيص المنتجات والعروض وفق شرائح العملاء.
- تحسين تجربة العميل وسهولة الوصول إلى المنتجات.
- قياس أداء القنوات الرقمية ومتعددة القنوات.
- تطبيق عملي: تصميم رحلة عميل متعددة القنوات لمنتج تأميني وتحديد فرص تحسين الاستقطاب والتحويل.

اليوم الخامس

حوكمة التوزيع والأداء والتحسين الاستراتيجي

- حوكمة قنوات توزيع منتجات التأمين وتحديد المسؤوليات.
- الامتثال وحماية العملاء ومخاطر السلوك المهني.
- إدارة المخاطر التشغيلية ومخاطر التوزيع.
- لوحات متابعة أداء القنوات ومؤشرات الأداء الرئيسية.
- إعداد التقارير التنفيذية ومراجعات الأداء الاستراتيجي.
- تحسين الاستثمارات والموارد المخصصة لقنوات التوزيع.

اليوم الخامس — تابع

- مواعنة نمو التوزيع مع الربحية وشهية المخاطر.
- التخطيط الاستراتيجي لتطوير وتحول منظومة التوزيع.
- التحسين المستمر وتطوير كفاءة القنوات.
- بناء نموذج توزيع مستدام وعالي الأداء.
- ورشة ختامية: إعداد استراتيجية متكاملة لتوزيع منتجات التأمين تشمل تقسيم السوق، واختيار القنوات، وتصميم الشبكة، وإدارة الوسطاء، واقتصاديات القنوات، والتوزيع الرقمي، وتجربة العميل متعددة القنوات، والحوكمة، وقياس الأداء، وأولويات الاستثمار، والتحسين المستمر.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة:

<https://quest-training.com/courses/insurance-distribution-strategy-channel-management-training-course>الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440