

رقم الدورة 1870

دورة إدارة مبيعات وتوزيع منتجات التأمين

مبيعات وتوزيع المنتجات التأمينية
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم هذه الدورة إطاراً استراتيجياً وعملياً متكاملًا لإدارة مبيعات وتوزيع منتجات التأمين في ظل سوق يتسم بالمنافسة المتزايدة وتغير توقعات العملاء. وتركز على كيفية بناء استراتيجيات فعالة للمبيعات والتوزيع، وتحسين أداء فرق البيع، وتوسيع الوصول إلى الأسواق، وتحقيق نمو مستدام في الإيرادات.

تتناول الدورة نماذج توزيع منتجات التأمين الرئيسية، بما في ذلك البيع المباشر، وشبكات الوكلاء، والوسطاء، والتأمين المصرفي، والقنوات الرقمية، والشراكات التجارية، ونماذج التوزيع الحديثة. كما يتعلم المشاركون كيفية تقييم كفاءة كل قناة من حيث التكلفة والوصول والأداء والمخاطر وتحديد المزيج الأنسب للمنتجات وشرائح العملاء والأسواق المستهدفة.

تركز الدورة بصورة عملية على استراتيجيات المبيعات، وإدارة قنوات التوزيع، وتقسيم العملاء، وتحديد موقع المنتجات، وقياس الأداء، والحوافز، وإدارة فرص البيع، وتحسين تجربة العميل. كما توضح كيفية الاستفادة من البيانات والتحليلات في اكتشاف الفرص وتحسين معدلات التحويل وزيادة الاحتفاظ بالعملاء ورفع إنتاجية قنوات التوزيع.

كما تتناول الدورة حوكمة قنوات التوزيع وإدارة الوسطاء والمتطلبات الرقابية والسلوكية والتحول الرقمي واستراتيجيات التوزيع متعددة القنوات والتحسين المستمر. وتهدف إلى تمكين القيادات والمتخصصين من بناء منظومة مبيعات وتوزيع عالية الأداء تحقق التوازن بين النمو والربحية وقيمة العميل وإدارة المخاطر.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الدور الاستراتيجي للمبيعات والتوزيع في نمو شركات التأمين.
- تقييم قنوات توزيع منتجات التأمين وقياس كفاءتها التجارية والتشغيلية.
- تطوير استراتيجيات مبيعات وتوزيع تركز على احتياجات العملاء.

- تقسيم العملاء وربط المنتجات والقنوات بالاحتياجات السوقية.
- تحسين أداء الوكلاء والوسطاء والتأمين المصرفي والقنوات المباشرة والرقمية.
- تحديد أهداف المبيعات ومؤشرات الأداء والإنتاجية المناسبة.
- تحسين إدارة فرص البيع ومعدلات التحويل والبيع المتقاطع والاحتفاظ بالعملاء.
- تصميم آليات فعالة للحوافز وإدارة أداء فرق التوزيع.
- تطبيق البيانات والتحليلات لتحسين أداء القنوات ودعم القرارات البيعية.
- تعزيز إدارة علاقات الوسطاء وشركاء التوزيع والحوكمة.
- دمج القنوات الرقمية والتقليدية ضمن نموذج توزيع متكامل متعدد القنوات.
- تطوير استراتيجيات للتحسين المستمر في أداء المبيعات والتوزيع.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة المتخصصين في شركات التأمين المسؤولين عن المبيعات والتوزيع وتطوير الأعمال واستقطاب العملاء وإدارة القنوات والأداء التجاري. وتشمل الفئة المستهدفة مديري المبيعات، ومديري التوزيع، ومديري تطوير الأعمال، ومديري الفروع، ومديري الوكالات، وقادة فرق مبيعات التأمين.

كما تناسب المتخصصين المسؤولين عن إدارة الوسطاء والوكلاء وعلاقات التأمين المصرفي والشراكات التجارية وقنوات البيع المباشر والقنوات الرقمية وتجربة العملاء وتسويق وتوزيع المنتجات التأمينية.

وتعد الدورة مناسبة بشكل خاص للمديرين التنفيذيين والقيادات وصناع القرار المسؤولين عن تطوير استراتيجيات نمو شركات التأمين وتحسين شبكات التوزيع ورفع إنتاجية المبيعات وتحقيق التوازن بين استقطاب العملاء والربحية وجودة الخدمة والمتطلبات الرقابية.

مخرجات التعلم

- عند إتمام الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- شرح الأسس الاستراتيجية لإدارة مبيعات وتوزيع منتجات التأمين.
- تقييم أداء وملاءمة قنوات التوزيع المختلفة.
- تطوير استراتيجيات قنوات تتوافق مع المنتجات التأمينية وشرائح العملاء.
- تصميم منهجيات فعالة لتقسيم العملاء وتخصيص القنوات.
- إدارة شبكات الوكلاء والوسطاء وتحسين أدائها.
- تقييم نماذج التأمين المصرفي والشرابات التجارية.
- تطوير استراتيجيات التوزيع الرقمي ومتعدد القنوات.
- تحديد أهداف المبيعات ومؤشرات الأداء الرئيسية المناسبة.
- تحليل فرص البيع ومعدلات التحويل والإنتاجية والاحتفاظ بالعملاء.
- تحسين البيع المتقاطع والبيع الإضافي واستقطاب العملاء وتجديد وثائقهم.
- تصميم أنظمة فعالة للحوافز والعمولات.
- استخدام تحليلات المبيعات والتوزيع لدعم القرارات الإدارية.
- تعزيز أداء الوسطاء والحوكمة وإدارة العلاقات.
- تحديد مخاطر التوزيع والممارسات غير الملائمة ونقاط الضعف التشغيلية.
- إعداد خطة متكاملة لتحسين أداء مبيعات وتوزيع منتجات التأمين.
- المحاور التدريبية

محاور الدورة

اليوم الأول

استراتيجية مبيعات وتوزيع منتجات التأمين

- الدور الاستراتيجي للمبيعات والتوزيع في قطاع التأمين.
- ديناميكيات سوق التأمين وتغير توقعات العملاء.
- نماذج وقنوات توزيع منتجات التأمين.
- البيع المباشر وتوزيع المنتجات عبر الفروع.
- توزيع المنتجات من خلال الوكلاء والوسطاء.
- التأمين المصرفي والشرابات الاستراتيجية.
- البيع والتوزيع عبر القنوات الرقمية.
- تقسيم العملاء واختيار القنوات المناسبة.
- موازنة المنتجات مع قنوات التوزيع.
- بناء استراتيجية متكاملة لمبيعات وتوزيع منتجات التأمين.
- تطبيق عملي: تقييم نموذج التوزيع الحالي لشركة تأمين وتحديد فرص النمو والتوسع.

اليوم الثاني

إدارة قنوات التوزيع وتحسين الشبكات

- تصميم وإدارة شبكات توزيع منتجات التأمين.
- استقطاب الوكلاء وتأهيلهم وتطويرهم والاحتفاظ بهم.
- إدارة علاقات الوسطاء وقياس أدائهم.
- إدارة شراكات التأمين المصرفي.
- إدارة أداء المبيعات المباشرة والفروع.

اليوم الثاني — تابع

- تطوير وتحسين القنوات الرقمية.
- تحليل اقتصاديات القنوات وتكلفة تقديم الخدمة.
- تخطيط التغطية الجغرافية والأسواق المستهدفة.
- إدارة التعارض والتداخل بين قنوات التوزيع.
- تحسين الطاقة الاستيعابية والإنتاجية لقنوات التوزيع.
- تطبيق عملي: إعداد خطة لتحسين شبكة توزيع منتجات التأمين ورفع كفاءة القنوات.

اليوم الثالث

أداء المبيعات واستقطاب العملاء والاحتفاظ بهم

- بناء استراتيجيات مبيعات فعالة لمنتجات التأمين.
- تحديد أهداف المبيعات والأهداف التجارية.
- إدارة فرص البيع ومراحل تحويل العملاء.
- توليد العملاء المحتملين وتأهيلهم.
- تحسين معدلات التحويل وإغلاق المبيعات.
- البيع المتقاطع والبيع الإضافي للمنتجات التأمينية.
- تحليل تكلفة استقطاب العميل وقيمة العميل على المدى الطويل.
- استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتجديد الوثائق.
- قياس إنتاجية فرق المبيعات وإدارة الأداء.
- تصميم الحوافز والعمولات المرتبطة بالأداء.
- تطبيق عملي: تحليل فرص المبيعات وتطوير خطة لتحسين التحويل والإنتاجية والاحتفاظ بالعملاء.

اليوم الرابع

التوزيع الرقمي والتحليلات وتجربة العميل

- التحول الرقمي في مبيعات وتوزيع منتجات التأمين.
- نماذج البيع الإلكتروني والخدمة الذاتية.
- رحلة العميل عبر القنوات الرقمية.
- استراتيجية التوزيع متعددة القنوات.
- استخدام البيانات والتحليلات لدعم قرارات المبيعات.
- تحليل سلوك العملاء وأداء قنوات التوزيع.
- تحديد العملاء والأسواق ذات القيمة العالية.
- تخصيص العروض التأمينية وفق احتياجات العملاء.
- تحسين تجربة العميل عبر مختلف القنوات.
- قياس أداء القنوات الرقمية ومتعددة القنوات.
- تطبيق عملي: تصميم رحلة عميل متكاملة لمنتج تأميني وتحديد فرص تحسين المبيعات الرقمية.

اليوم الخامس

حوكمة التوزيع والقيادة والتحسين المستمر

- حوكمة مبيعات وتوزيع منتجات التأمين.
- إدارة متطلبات السلوك المهني والامتنال وحماية العملاء.
- إدارة مخاطر قنوات التوزيع.
- مراقبة جودة وأداء الوسطاء والوكلاء.
- لوحات مؤشرات المبيعات والتوزيع ومؤشرات الأداء الرئيسية.
- إعداد التقارير التنفيذية ومراجعات الأداء.

اليوم الخامس — تابع

- مواعمة نمو المبيعات مع الربحية وشهية المخاطر.
- بناء فرق مبيعات وتوزيع عالية الأداء.
- التخطيط الاستراتيجي للنمو المستدام لقنوات التوزيع.
- التحسين المستمر وتطوير منظومة التوزيع.
- ورشة ختامية: إعداد استراتيجية متكاملة لمبيعات وتوزيع منتجات التأمين تشمل اختيار القنوات، وتقسيم العملاء، وتصميم شبكة التوزيع، وأهداف المبيعات، والحوافز، والقنوات الرقمية، والتحليلات، وتجربة العميل، والحوكمة، وقياس الأداء، والتحسين المستمر.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

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

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440