

رقم الدورة 1798

دورة إدارة وقيادة المبيعات

إدارة المبيعات وتطوير الأعمال
المبيعات والتسويق وتجربة العملاء

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة إدارة وقيادة المبيعات برنامجاً تدريبياً احترافياً متكاملًا يهدف إلى تطوير القدرات الإدارية والقيادية والاستراتيجية اللازمة لإدارة فرق المبيعات وتحقيق نمو مستدام في الإيرادات. وتركز الدورة على تمكين مديري المبيعات من الانتقال من الإشراف التشغيلي التقليدي إلى القيادة التجارية الفعالة، من خلال وضع التوجهات الاستراتيجية، وإدارة الأداء، وتطوير الكفاءات، وتحقيق النتائج القابلة للقياس.

تتطلب القيادة الفعالة للمبيعات أكثر من مجرد تحقيق المستهدفات البيعية؛ إذ يتحمل مدير المبيعات مسؤولية تطوير الاستراتيجيات، وتحديد الأهداف، وإدارة فرص البيع، وإعداد التوقعات، وتخصيص الموارد، وتطوير أداء الموظفين، وتعزيز العلاقات مع العملاء، واتخاذ القرارات التجارية المبنية على البيانات.

تتناول الدورة أساليب الإدارة الاستراتيجية للمبيعات، وتخطيط المبيعات، وتحديد المستهدفات، وإدارة فرص البيع، والتنبيه بالإيرادات، وقياس الأداء، وقيادة فرق المبيعات، والتوجيه والتطوير، وتحفيز الموظفين، وإدارة المناطق البيعية، وإدارة الحسابات الرئيسية، وتنمية العملاء، وتحسين الأداء التجاري بشكل مستمر.

وتناسب الدورة المؤسسات الحكومية والقطاع العام، والبنوك والمؤسسات المالية، وشركات النفط والغاز، والشركات الصناعية، والشركات التقنية، والمؤسسات التجارية والخدمية، مع تركيز خاص على المديرين والتنفيذيين والمتخصصين المسؤولين عن المبيعات وتطوير الأعمال وإدارة العملاء والنمو التجاري.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل المسؤوليات والمهارات الأساسية المطلوبة لإدارة وقيادة فرق المبيعات بكفاءة.
- تطوير استراتيجيات مبيعات متوافقة مع الأهداف المؤسسية وفرص السوق ومستهدفات الإيرادات.
- تحديد مستهدفات مبيعات واقعية وقابلة للقياس للأفراد والفرق والمناطق وشرائح العملاء.
- تطبيق أساليب متقدمة لتخطيط المبيعات وتحسين التغطية السوقية والأداء التجاري.

- تقييم فرص البيع ومسارات المبيعات ومعدلات التحويل ودقة التوقعات البيعية.
- تطبيق أنظمة فعالة لإدارة أداء المبيعات باستخدام مؤشرات أداء مناسبة.
- تعزيز إنتاجية فرق المبيعات من خلال التوجيه والتحفيز والتفويض والمساءلة.
- تطوير أساليب فعالة لإدارة المناطق البيعية والحسابات الرئيسية والعملاء الاستراتيجيين.
- تطبيق أساليب القيادة والتواصل المناسبة لإدارة أنماط مختلفة من موظفي المبيعات.
- تقييم فجوات الأداء البيعي وتصميم الإجراءات التصحيحية وخطط التطوير المناسبة.
- تحسين التكامل بين المبيعات والتسويق وتجربة العملاء والمالية والعمليات.
- إعداد خطة عملية متكاملة لإدارة وقيادة المبيعات قابلة للتطبيق في بيئة العمل.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة المديرين والمتخصصين المسؤولين عن إدارة فرق المبيعات، والأداء التجاري، وتطوير الأعمال، وإدارة العملاء والعلاقات التجارية. وتشمل الفئات المستهدفة مديري المبيعات، مديري المبيعات الإقليميين، مديري المبيعات التجارية، مديري تطوير الأعمال، مديري الحسابات الرئيسية، مشرفي المبيعات، مديري علاقات العملاء، ومسؤولي عمليات المبيعات.

كما تناسب الدورة التنفيذيين ورؤساء الإدارات المسؤولين عن نمو الإيرادات والتوسع في الأسواق واستقطاب العملاء وتطوير الاستراتيجية التجارية. ويمكن كذلك أن يستفيد منها المتخصصون في التسويق وتجربة العملاء والمالية والعمليات ممن يعملون بصورة مباشرة مع وظائف المبيعات.

مخرجات التعلم

- بعد إتمام الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة المبيعات مرتبطة بالأولويات المؤسسية.
- وضع مستهدفات واضحة للمبيعات وتحويلها إلى أهداف فردية وجماعية.
- إعداد خطط مبيعات عملية تشمل العملاء والمناطق والموارد والأنشطة والنتائج المتوقعة.
- إدارة مسارات وفرص المبيعات وتقييمها وفق القيمة والاحتمالية والتوقيت والأهمية الاستراتيجية.
- تحسين دقة التوقعات الخاصة بالمبيعات والإيرادات.
- إعداد مؤشرات أداء فعالة لقياس إنتاجية فرق المبيعات ونتائجها.
- إجراء مراجعات دورية لأداء المبيعات وتحديد فجوات الأداء.
- توجيه وتطوير موظفي المبيعات لتحسين مهاراتهم وإنتاجيتهم وفعاليتهم التجارية.
- تطبيق أساليب قيادية فعالة لتحفيز فرق المبيعات وتعزيز المساءلة.
- إدارة المناطق البيعية ومحاظ العملاء وفقاً للقيمة والإمكانات التجارية.
- تطوير العلاقات مع الحسابات الرئيسية واكتشاف فرص النمو داخل العملاء الحاليين.
- بناء ثقافة للتحسين المستمر تركز على الإنتاجية وقيمة العملاء ونمو الإيرادات والربحية.
- المحاوور التدريبية

محاوور الدورة

اليوم الأول

أسس إدارة وقيادة المبيعات

- مفهوم الإدارة الحديثة للمبيعات ودورها في تحقيق النمو المؤسسي.
- مسؤوليات ومهارات مدير المبيعات الفعال.
- الانتقال من دور موظف المبيعات إلى دور القائد التجاري.

اليوم الأول — تابع

- موازنة أهداف المبيعات مع الاستراتيجية المؤسسية.
- تحليل ديناميكيات السوق وتغير توقعات العملاء.
- بناء منهج يركز على العميل في إدارة المبيعات.
- أبرز تحديات إدارة المبيعات في الأسواق التنافسية.
- تحديد أدوار ومسؤوليات فريق المبيعات.
- بناء ثقافة المساءلة والتميز في الأداء.
- أساليب القيادة المختلفة وتطبيقاتها في بيئة المبيعات.
- مهارات التواصل بين الإدارة وفريق المبيعات.
- تطبيق عملي: تقييم الوضع الحالي لإدارة المبيعات وتحديد الأولويات القيادية والتشغيلية لتحسين الأداء.

اليوم الثاني

استراتيجية المبيعات والتخطيط وإدارة المستهدفات

- تطوير استراتيجية فعالة للمبيعات.
- تقسيم الأسواق وتصنيف العملاء.
- تحديد الأسواق ذات الأولوية والفرص التجارية عالية القيمة.
- إعداد خطط المبيعات السنوية والدورية.
- تحديد مستهدفات الإيرادات والحجم والربحية واكتساب العملاء والنمو.
- تحويل الأهداف المؤسسية إلى أهداف فردية وجماعية.
- تخطيط المناطق البيعية وتغطية الأسواق.
- تخصيص موارد المبيعات وفق الفرص والإمكانات.
- إعداد خطط الأنشطة البيعية.
- ربط الأنشطة البيعية بالنتائج التجارية القابلة للقياس.

اليوم الثاني — تابع

- متابعة التقدم مقابل المستهدفات.
- تطبيق عملي: إعداد خطة مبيعات متكاملة تشمل المستهدفات والمناطق والموارد والأنشطة ومؤشرات الأداء.

اليوم الثالث

إدارة فرص المبيعات والتنبؤ بالأداء وإدارة الأداء

- فهم هيكل مسار المبيعات وأهميته.
- إدارة فرص البيع عبر المراحل المختلفة.
- تقييم قيمة الفرص واحتمالية إتمامها وتوقيتها ومخاطرها.
- تحديد الفرص المتوقفة والضعيفة وعالية المخاطر.
- تحسين معدلات التحويل وتقليل دورة المبيعات.
- أساليب التنبؤ بالمبيعات والإيرادات.
- استخدام البيانات التاريخية وبيانات فرص البيع في التنبؤ.
- تحديد الفجوات بين الأداء المتوقع والمستهدف.
- تصميم مؤشرات أداء المبيعات.
- قياس الإنتاجية ومعدلات التحويل والإيرادات والربحية وتحقيق المستهدفات.
- إجراء مراجعات أداء المبيعات بصورة فعالة.
- تطبيق عملي: تحليل مسار المبيعات وإعداد توقعات الأداء وتحديد فجوات الأداء والإجراءات التصحيحية.

اليوم الرابع

قيادة فرق المبيعات والتوجيه والتحفيز

- بناء فرق مبيعات عالية الأداء.
- فهم السلوكيات الفردية ومحركات الأداء البيعي.
- التفويض الفعال وإدارة المسؤوليات.
- الفرق بين التوجيه والإشراف التقليدي.
- تنفيذ جلسات توجيه وتطوير فعالة.
- تحديد فجوات المهارات والأداء الفردية.
- إعداد أولويات التدريب والتطوير لموظفي المبيعات.
- تحفيز فرق المبيعات وتعزيز المشاركة والالتزام.
- إدارة حالات ضعف الأداء والتحديات السلوكية.
- الحوافز والتقدير وتعزيز الأداء الإيجابي.
- بناء المساءلة دون التأثير سلباً على معنويات الفريق.
- إعداد القيادات المستقبلية في مجال المبيعات.
- تطبيق عملي: تنفيذ جلسة توجيه لفريق مبيعات وإعداد خطة لتحسين أداء أحد أعضاء الفريق.

اليوم الخامس

إدارة العملاء الاستراتيجيين وتحقيق النمو المستدام

- تطوير منهجيات إدارة الحسابات والعملاء الاستراتيجيين.
- تحليل قيمة العملاء وإمكانات النمو ومخاطر فقدانهم.
- تحديد أصحاب المصلحة وبناء العلاقات التجارية.
- اكتشاف فرص البيع الإضافي وتنمية الحسابات الحالية.

اليوم الخامس — تابع

- تعزيز ولاء العملاء وبناء العلاقات طويلة الأجل.
- إدارة توقعات العملاء الاستراتيجيين.
- تعزيز التكامل بين المبيعات والتسويق وتجربة العملاء.
- استخدام تحليلات المبيعات لدعم القرارات التجارية.
- تحديد فرص التوسع في الأسواق وزيادة الإيرادات.
- إدارة المخاطر التجارية والاستجابة لتغير احتياجات العملاء.
- بناء آليات للتحسين المستمر في أداء المبيعات.
- تطوير ثقافة قيادية مستدامة تركز على النتائج والعملاء.
- ورشة العمل الختامية: إعداد خطة متكاملة لإدارة وقيادة المبيعات تشمل استراتيجية المبيعات، المستهدفات، إدارة الفرص، التنبؤ، أداء الفريق، أولويات التوجيه والتطوير، تنمية العملاء، مبادرات النمو، مؤشرات الأداء، ومسؤوليات التنفيذ.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

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

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440