

المحترف المعتمد في إدارة المبيعات

UK Traininig

PARTNER



المحترف المعتمد في إدارة المبيعات

مقدمة

تركز دورة المحترف المعتمد في إدارة المبيعات على بناء قدرة عملية لتصميم وتنفيذ استراتيجية مبيعات تستهدف زيادة التغلغل داخل قاعدة العملاء، وتعميق العلاقات، ورفع فرص النمو داخل الحسابات المؤسسية القائمة. لا تعتمد الدورة على زيادة النشاط البيعي فقط، بل تركز على جودة التحليل، دقة اختيار العملاء ذوي الأولوية، ووضوح خطط التحرك داخل كل حساب.

في بيئة الأعمال المؤسسية، لا يتحقق النمو من خلال التواصل العام مع العملاء، بل من خلال فهم محفظة العملاء، اكتشاف الإمكانات غير المستغلة، قراءة احتياجات كل عميل، وتوسيع العلاقة داخل أكثر من مستوى من مستويات القرار. لذلك، تساعد الدورة المشاركين على بناء منهج أقوى في تحليل الحسابات، تخطيط فرص البيع، متابعة القنوات البيعية، وقياس نتائج التغلغل داخل العملاء.

تم تصميم البرنامج لمدة أربعة أيام بصورة مترابطة، تبدأ من بناء استراتيجية المبيعات وتحليل محفظة العملاء، ثم تنتقل إلى خطط التغلغل والنمو. وبعدها تركز على تنفيذ الأنشطة البيعية وضبط مسار الفرص، وصولاً إلى قياس الأداء واستدامة النمو داخل الحسابات المؤسسية. وتمت مراعاة عنوان الدورة المحترف المعتمد في إدارة المبيعات ومتطلباتها الأساسية.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- بناء استراتيجية مبيعات واضحة لزيادة النمو داخل العملاء المؤسسيين.
- تحليل محفظة العملاء لاكتشاف فرص التغلغل والتوسع.
- تصنيف العملاء حسب القيمة الحالية والإمكانات المستقبلية ومستوى العلاقة.
- تحديد فرص البيع الإضافي والتوسع داخل الحسابات القائمة.
- إعداد خطط حسابات تدعم علاقة أعمق مع العملاء.
- ترتيب الفرص البيعية وفق العائد المتوقع والأهمية الاستراتيجية.
- تحسين التنسيق بين فرق المبيعات والفرق الداخلية الداعمة.
- متابعة حركة الفرص البيعية من مرحلة الاهتمام حتى الإغلاق.
- توسيع العلاقة داخل حسابات العملاء عبر أكثر من صاحب قرار.
- تحسين الاندماج في أنظمة مبادرات المبيعات وتطوير الحسابات.

PARTNER



- إعداد خطة عملية لزيادة حصة العميل ورفع قيمة العلاقة.

محاور الدورة

اليوم الأول: استراتيجيات المبيعات وفهم محفظة العملاء

- فهم دور إدارة المبيعات في تحقيق نمو الأعمال المؤسسية.
- ربط استراتيجيات المبيعات بهدف زيادة التغلغل داخل العملاء.
- تحليل محفظة العملاء حسب الإيراد والإمكانات ومستوى التفاعل.
- تحديد الحسابات التي لا يتم استثمار إمكاناتها بالكامل.
- تصنيف العملاء إلى حسابات استراتيجية، وحسابات نمو، وحسابات محافظة، وحسابات منخفضة الإمكانات.
- فهم احتياجات العملاء وسلوكهم الشرائي وطريقة اتخاذ القرار لديهم.
- رسم خريطة العلاقة داخل الحسابات المهمة.
- تحديد الفجوة بين النشاط البيعي الحالي وفرص النمو المتاحة.

اليوم الثاني: بناء خطط التغلغل ونمو الحسابات

- تصميم خطط حسابات للعملاء ذوي الإمكانات العالية.
- تحديد فرص البيع الإضافي والتوسع والمحافظة على العلاقة.
- بناء عرض قيمة مرتبط باحتياجات العميل وأولوياته.
- ربط المنتجات أو الحلول المناسبة بكل شريحة من العملاء.
- إعداد خطة حساب تشمل الأهداف والإجراءات والمسؤوليات والمواعيد.
- توسيع التواصل مع أصحاب القرار والمؤثرين داخل مؤسسة العميل.
- استخدام معلومات العميل لتحسين الحوار والعروض البيعية.
- ترتيب الفرص حسب الحجم والتوقيت واحتمالية النجاح والقيمة الاستراتيجية.

UK Training

PARTNER



اليوم الثالث: تنفيذ المبيعات وضبط مسار الفرص

- تحويل استراتيجية المبيعات إلى إجراءات أسبوعية وشهرية واضحة.
- إدارة مراحل الفرص البيعية من التحديد إلى الإغلاق.
- تحسين الانضباط في متابعة الفرص والإجراءات المطلوبة من العميل.
- تحديد أسباب بطء انتقال الفرص بين المراحل.
- التنسيق مع الائتمان والعمليات والمنتجات والخدمة والفرق الداعمة.
- إدارة الاعتمادات الداخلية التي تؤثر على سرعة الاستجابة للعميل.
- مراجعة العروض قبل إرسالها للتأكد من ملاءمتها لاحتياج العميل.
- التعامل مع الاعتراضات والتأخير وتعارض الأولويات في المبيعات المؤسسية.

اليوم الرابع: قياس الأداء واستدامة التغلغل داخل العملاء

- تحديد مؤشرات الأداء المرتبطة بتغلغل العملاء ونمو الحسابات.
- قياس جودة النشاط البيعي ومعدل التحويل وتوسع الإيرادات وعمق العلاقة.
- مراجعة تقارير المبيعات لاكتشاف الفجوات والمخاطر وإشارات النمو.
- تحسين دقة التقارير ووضوح الرؤية الإدارية حول تقدم العملاء.
- متابعة خطط الحسابات والإجراءات اللاحقة من خلال مراجعات منظمة.
- إعداد إجراءات تصحيحية للحسابات الضعيفة أو الفرص غير النشطة.
- توجيه فرق المبيعات من خلال البيانات ومعلومات العميل والملاحظات الميدانية.
- الحفاظ على التغلغل داخل العملاء من خلال مراجعة مستمرة للعلاقة.



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- بناء استراتيجية مبيعات أوضح لنمو العملاء المؤسسيين.
- زيادة التغلغل داخل العملاء من خلال تخطيط حسابات منظم.
- اكتشاف فرص غير مستغلة داخل محفظة العملاء الحالية.
- تحسين فرص البيع الإضافي والتوسع بناءً على فهم أعمق للعميل.
- تعميق العلاقة مع أصحاب القرار والمؤثرين داخل حسابات العملاء.
- تحسين وضوح القنوات البيعية ومتابعة الفرص.
- تقليل النشاط البيعي غير المؤثر والتركيز على الحسابات الأعلى قيمة.
- تحسين التنسيق الداخلي بما يدعم سرعة الاستجابة للعملاء.
- استخدام مؤشرات الأداء لمتابعة التقدم والنتائج.
- تعزيز الانضباط في تنفيذ مبادرات المبيعات.
- تحسين جودة تقارير المبيعات والتحديثات المقدمة للإدارة.
- بناء خريطة طريق عملية لنمو الحسابات بشكل مستدام.

الخاتمة

تقدم دورة المحترف المعتمد في إدارة المبيعات إطاراً عملياً لبناء استراتيجية مبيعات تهدف إلى زيادة التغلغل داخل العملاء، وتعميق العلاقات، وتحسين نمو الحسابات المؤسسية. فهي تربط بين التخطيط البيعي، تحليل العملاء، رسم خريطة العلاقات، ترتيب الفرص، الانضباط في التنفيذ، وقياس الأداء.

يبدأ البرنامج بفهم محفظة العملاء وتحديد إمكانات النمو، ثم ينتقل إلى بناء خطط تغلغل داخل الحسابات وربط العروض باحتياجات العميل. بعد ذلك يركز على تنفيذ الأنشطة البيعية، متابعة الفرص، التنسيق الداخلي، ثم قياس الأداء والتحسين المستمر.

يساعد هذا التسلسل على تحويل إدارة المبيعات من نشاط قائم على المتابعة العامة إلى عملية منظمة تقوم على تحليل الحسابات، اختيار الفرص ذات القيمة، وتوسيع العلاقة داخل العميل بطريقة مدروسة.

بنهاية الدورة، سيكون المشاركون أكثر قدرة على بناء استراتيجية مبيعات فعالة، زيادة التغلغل داخل العملاء المؤسسيين، تحسين جودة التنفيذ، وإعداد تقارير واضحة تدعم النمو واتخاذ القرار.

UK Training

PARTNER



الأسئلة الشائعة

ما هي إدارة المبيعات، وما دور مدير المبيعات في تحقيق النمو؟

تشير إدارة المبيعات إلى عملية تخطيط وتنظيم وتنفيذ ومراقبة الأنشطة البيعية لتحقيق الأهداف التجارية للمؤسسة. وتوضح هذه الدورة مفهوم إدارة المبيعات، وما هو دور مدير المبيعات، ومسؤولياته في قيادة الفرق البيعية، وإدارة علاقات العملاء، وتحسين الأداء البيعي، وزيادة اختراق الأسواق والحسابات المؤسسية.

ما هي أهم مهام ومسؤوليات مدير المبيعات الناجح؟

تشمل مسؤوليات مدير المبيعات تطوير الاستراتيجيات البيعية، وإدارة فرق المبيعات، ومتابعة مؤشرات الأداء، وتحليل الفرص السوقية، والإشراف على خطوط الأنابيب البيعية، وتحسين إدارة العملاء. كما تغطي الدورة مهارات مدير المبيعات الأساسية التي تساعد على تحقيق أهداف النمو وتعزيز كفاءة تنفيذ العمليات البيعية.

كيف تساعد إدارة المبيعات في تحسين الأداء البيعي وزيادة الإيرادات؟

تعتمد إدارة الأداء البيعي على متابعة الأنشطة البيعية، وتحليل فرص البيع، وإدارة العملاء المحتملين، وتطوير خطط اختراق الحسابات المؤسسية. يتعلم المشاركون كيفية استخدام عمليات إدارة المبيعات، وإدارة مسار المبيعات، وأدوات إدارة المبيعات الحديثة لتحسين معدلات التحويل وزيادة الإيرادات بشكل مستدام.

ما الأدوات والأنظمة المستخدمة في إدارة المبيعات الحديثة؟

تستعرض الدورة مجموعة من أنظمة وأدوات إدارة المبيعات التي تساعد في إدارة العملاء المحتملين، ومراقبة تقدم الصفقات، وتحليل الأداء، وإعداد التقارير الدقيقة. كما توضح أهمية أنظمة إدارة المبيعات في تعزيز الرؤية الشاملة للفرص التجارية وتحسين اتخاذ القرارات البيعية.

لمن طُمت دورة محترف إدارة المبيعات المعتمد؟

تم تصميم هذه الدورة لمديري المبيعات، وقادة الفرق البيعية، ومديري تطوير الأعمال، ومديري الحسابات، وكل من يسعى إلى تطوير مهارات إدارة المبيعات والقيادة البيعية. كما تعد مناسبة للراغبين في تعزيز معرفتهم باستراتيجيات المبيعات، وتحسين أداء الفرق، وبناء خطط نمو فعالة للحسابات والعملاء المؤسسيين.

UK Training

PARTNER

