BLACKBIRD FOR TRAINING

دورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة



دورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة

مقدمة:

تمنحك دورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة المهارات العملية لتوجيه أداء البوتيك والارتقاء بتجربة العملاء ذوي القيمة العالية وحماية ربحية صالات العرض على مدار أسبوع تطبيقية. تبني خلال البرنامج مخطط تشغيل البوتيك الفاخر ودليل إدارة علاقات كبار العملاء، المتضمن معايير رحلة الخدمة الاستشارية وضوابط إدارة المخزون وبطاقات مؤشرات الأداء الحيوية. تقدم بلاك بيرد للتدريب هذه التجربة لتمكين مديري ومستشاري المبيعات ذوي الخبرة التأسيسية من إتقان أساليب البيع الراقي. تتدرب عمليا عبر تحليل سجلات واقعية للبوتيكات وحركات إقبال الزوار وملفات التواصل الشخصي الخاصة بالعملاء المتميزين.

أهداف الدورة:

- تحديد مسارات رحلة العملاء ذوي القيمة العالية بالاعتماد على نماذج ESSEC لخدمة النخبة وتدقيق بيانات المعاملات داخل المعرض
- قياس امتثال العرض البصري وتنسيق الصالات وفق معايير RNCP35268 لإدارة التجزئة الفاخرة عبر مساحات البوتيك
- تدقيق دقة المخزون والحد من الفاقد باستخدام مصفوفات AIBM لضبط مخزون أزياء ومنتجات الرفاهية
- صياغة خطط استبقاء المشترين عبر قنوات البيع المتعددة باستخدام مؤشرات Altagamma لتحليل سلوك المستهلك الفاخر
- بناء لوحات مؤشرات المبيعات الميدانية للبوتيك وفق مقاييس Luxury Retailer Association التشغيلية

الفئة المستهدفة:

- المديرون الذين يقودون العمليات اليومية في البوتيكات ويشرفون على معايير الخدمة في صالات التجزئة الفاخرة
- رؤساء فرق ومستشارو المبيعات الذين يوجهون الكوادر لتحقيق الأهداف البيعية وبناء صلات قوية مع كبار الشخصيات
- مسؤولو ومشرفو المستودعات الذين يضبطون تدفق المنتجات الثمينة وإجراءات الجرد وحماية البضائع من الهدر
- مشرفو منصات العرض والأجنحة المخصصة للعلامات التجارية الراقية داخل المتاجر الكبرى لضمان دقة الهوية البصرية
- منسقو مبادرات التواصل الفاخر وإدارة علاقات العملاء الساعون لتنظيم تجارب بيع استشارية متفردة عبر القنوات



محاور الدورة:

اليوم 1: تأسيس معايير التجزئة الفاخرة وفهم سلوك المستهلك الراقي

- تحليل تطلعات المستهلك الفاخر بالاعتماد على دراسات Bain-Altagamma لسوق الرفاهية
- تقييم نقاط اتصال العميل بالاستناد إلى نماذج رحلة المستهلك المعتمدة من ESSEC
- تصنيف العملاء ذوي القيمة العالية باستخدام أطر إدارة علاقات كبار الشخصيات
- قياس الأداء التجاري للبوتيك عبر مقاييس Luxury Retailer Association التشغيلية
- بناء تقييم خط الأساس للبوتيك الفاخر وملف رحلة العميل

اليوم 2: تطبيق بروتوكولات الخدمة وأطر العرض البصري الفاخر

- مواءمة الإجراءات التشغيلية للبوتيك وفق معايير RNCP35268 لإدارة التجزئة الفاخرة
- توحيد معايير واجهات العرض وواجهات الزجاج باستخدام أدلة العلامات الفاخرة للتنسيق البصري
- تنظيم جلسات الاستشارة الخاصة في صالونات كبار الشخصيات وفق بروتوكولات الخدمة الراقية
- تدقيق مظهر وهندام مستشاري المبيعات وفق معايير الأناقة المعتمدة في قطاع الرفاهية
- بناء قائمة التحقق من الامتثال للعرض البصري ومعايير الخدمة في البوتيك

اليوم 3: إتقان أساليب البيع الاستشاري وبناء علاقات العملاء الدائمة

- هيكلة وتيرة التواصل مع كبار العملاء باستخدام وحدات AIBM للبيع الفاخر
- تنسيق جداول المواعيد الحصرية للعملاء المميزين عبر أنظمة إدارة علاقات المشترين
- إدارة سجل المشتريات والتفضيلات باستخدام نماذج ملفات التسوق الشخصي المنظمة
- تنفيذ خطوات رعاية العميل بعد الشراء بالاعتماد على مسارات الاستبقاء الفاخرة
- بناء دليل التواصل وإدارة علاقات العملاء ذوي القيمة العالية

اليوم 4: إدارة المخزون الفاخر والحد من العجز ومخاطر الصالة

- تنفيذ الجرد الفعلي الدوري للبضائع وفق أساليب التسوية المستمرة المعتمدة في RNCP35268
- الحد من مخاطر العجز والفاقد في المعرض عبر استمارات منع الخسائر للبوتيكات
- تدقيق تداول المنتجات النفيسة وسلاسل توريد البضائع المودعة برسم الأمانة
- تسوية طلبات الاستبدال والإرجاع المعقدة بموجب مصفوفات الضمان وسياسات العلامة الراقية
- بناء خطة عمل سلامة المخزون ومنع الخسائر في البوتيك



اليوم 5: صياغة المخططات التشغيلية عبر دراسات الحالة الواقعية

- تحليل سجلات مبيعات المعارض متعددة الأقسام من خلال ملفات دراسات الحالة التشغيلية
- مقارنة معدلات إنتاجية صالة العرض بموجب معايير Luxury Retailer Association الميدانية
- توزيع جداول دوام الموظفين تبعا لنماذج كثافة الحركة وإقبال الزوار على المتجر
- ضبط المستهدفات التجارية للبوتيك باستخدام بطاقات الأداء المتوازن للمبيعات
- بناء مخطط تشغيل البوتيك الفاخر ودليل إدارة علاقات كبار العملاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تدقيق الامتثال للبوتيك وفق معايير RNCP35268
- رسم رحلة العملاء ذوي القيمة العالية بنموذج ESSEC
- تطبيق تقنيات البيع الاستشاري الفاخر بموجب AIBM
- إدارة العجز ومنع الخسائر في متاجر الرفاهية
- تحليل إنتاجية المعارض بمؤشرات Altagamma
- تصميم لوحات مؤشرات الأداء طبقا ل Luxury Retailer Association
- تسوية مخزون المجوهرات والبضائع الثمينة برسم الأمانة

لماذا تحضر هذه الدورة:

- ترسيخ طقوس الخدمة الراقية عبر نقل الممارسات الدولية المعتمدة إلى روتين العمل اليومي بصالات العرض
- تعزيز ولاء المشترين ومعدلات تكرار الصفقات بتطبيق أدوات التواصل المنظم مع العملاء ذوي القيمة العالية
- حماية هوامش أرباح المعرض عبر فرض ضوابط دقيقة لجرد المنتجات النفيسة والحد من الفواقد والسرقات
- إعداد مخطط تشغيل ودليل إدارة متكامل لقيادة أداء البوتيك وتحقيق الأهداف البيعية بفاعلية فورية

الخاتمة:

تطبق فور عودتك إلى المعرض مخطط تشغيل البوتيك الفاخر ودليل إدارة علاقات كبار العملاء لمراجعة معايير صالة العرض ومسارات التواصل الاستشاري. ستعرض بروتوكولات الخدمة وإجراءات حماية المخزون وجداول رعاية كبار الزوار على المدير الإقليمي وفريق المتجر للحصول على الاعتماد التنفيذي. وتباشر مع انطلاق أسبوع العمل الأول متابعة معدلات تحويل الزيارات ومتوسط قيمة الفاتورة وسجلات مطابقة المخزون للتأكد من انضباط الأداء وثبات المخرجات الميدانية.



الأسئلة الشائعة:

ما المهارات التي تكتسبها من دورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة؟

تكتسب مهارات قيادة عمليات البوتيك وإدارة علاقات العملاء ذوي القيمة العالية وضبط معايير العرض البصري وإجراء الجرد الدقيق للأصول الثمينة، إلى جانب تتبع معدلات كفاءة المعرض بالاعتماد على المؤشرات الدولية المعتمدة في تجارة الرفاهية.

ما المتطلبات المسبقة للالتحاق بدورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة؟

تحتاج إلى خبرة أساسية في مبيعات التجزئة أو الإشراف على صالات العرض والتعامل مع نقاط البيع، ولا تشترط الدورة وجود خبرة قيادية سابقة في إدارة المتاجر الرئيسية للعلامات العالمية.

ما المخرج العملي الذي تبنيه خلال دورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة؟

تبني مخطط تشغيل البوتيك الفاخر ودليل إدارة علاقات كبار العملاء، شاملا تدقيق الوضع الراهن وقوائم فحص العرض البصري ومسارات التواصل مع كبار الشخصيات وبروتوكولات منع الخسائر وبطاقات قياس الأداء.

كيف تختلف دورة إدارة مبيعات التجزئة الفاخرة عن دورات مبيعات التجزئة العامة؟

تركز هذه الدورة على البيع الاستشاري وبناء العلاقات طويلة الأمد وحماية الأصول الثمينة وقيمة العلامة المرموقة، بدلا من الاعتماد على حجم المبيعات الجماهيري السريع المعتاد في المتاجر العامة.

