BLACKBIRD FOR TRAINING

التميز في مبيعات الشركات

November 2026 26 – 22

تونس (تونس)



التميز في مبيعات الشركات

المرجع: 210903_3255799 **التاريخ:** 22 – 26 November 2026 **المكان:** تونس (تونس) **الرسوم:** GBP 4200

مقدمة

تركز دورة التميز في مبيعات الشركات على تطوير المهارات الاستراتيجية والاستشارية والتحليلية اللازمة للنجاح في بيئات البيع بين الشركات، خاصة عندما تكون الصفقات معقدة، ويشارك في قرار الشراء أكثر من طرف، وتحتاج عملية البيع إلى فهم عميق لاحتياجات العميل وقيمته التجارية.

في مبيعات الشركات، لا يكفي عرض المنتج أو متابعة العميل بشكل تقليدي. النجاح يعتمد على فهم دورة البيع كاملة، تحليل سلوك الشراء داخل المؤسسات، تحديد أصحاب القرار والمؤثرين، تأهيل الفرص التجارية، بناء علاقات طويلة الأمد، وإدارة مراحل البيع من أول تواصل حتى الإغلاق.

تمتد هذه الدورة لمدة أسبوع، وتغطي موضوعات مهمة مثل البيع القائم على القيمة، البحث عن العملاء المحتملين، توليد الفرص، البيع الاستشاري، تحليل احتياجات العميل، التفاوض، استراتيجيات الإغلاق، إدارة الحسابات الرئيسية، إدارة علاقات العملاء، إدارة مسار الصفقات، التنبؤ بالمبيعات، وتحليل الأداء.

تساعد الدورة المشاركين على تحسين معدلات التحويل، إدارة الحسابات المعقدة، بناء علاقات أقوى مع العملاء، وتطوير انضباط بيعي يدعم نمو الإيرادات بطريقة مستدامة.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:



- فهم دورة مبيعات الشركات من البداية حتى الإغلاق.
- التمييز بين مبيعات الشركات ومبيعات الأفراد من حيث السلوك والقرار والاحتياج.
- تحليل سلوك الشراء داخل المؤسسات ووحدات اتخاذ القرار.
- رسم خريطة أصحاب المصلحة والمؤثرين وصناع القرار داخل الحسابات المعقدة.
- تحديد وتأهيل الفرص التجارية ذات القيمة العالية.
- تطوير صورة واضحة للعميل المثالي لدعم الاستهداف والبحث عن الفرص.
- تطبيق استراتيجيات توليد العملاء المحتملين من خلال القنوات الداخلية والخارجية.
- استخدام أطر تأهيل الفرص لتقييم مدى جدية الفرصة وقابليتها للتحويل.
- تطبيق أساليب البيع الاستشاري لاكتشاف احتياجات العملاء المعقدة.
- بناء الثقة والمصداقية مع عملاء الشركات.
- التعامل مع الاعتراضات من خلال منطق منظم وعرض قيمة واضح.
- تحسين نتائج التفاوض من خلال التفاوض القائم على القيمة.
- تطبيق أساليب إغلاق مناسبة للصفقات المعقدة.
- استخدام إدارة علاقات العملاء وتحليلات المبيعات لمتابعة الأداء.
- إعداد خطط منظمة لإدارة الحسابات ومسار الصفقات.

محاور الدورة

اليوم الأول: أسس التميز في مبيعات الشركات

- فهم مفهوم التميز في مبيعات الشركات وأهميته في بيئات الأعمال.
- المقارنة بين مبيعات الشركات ومبيعات الأفراد من حيث طبيعة القرار ودورة البيع.
- تحليل سلوك الشراء داخل المؤسسات.
- تحديد وحدات اتخاذ القرار وأصحاب القرار والمؤثرين والمستخدمين والجهات المعتمدة.
- رسم خريطة أصحاب المصلحة وشبكات التأثير داخل الحسابات المعقدة.
- التعرف على أساسيات البيع القائم على القيمة.
- بناء عقلية مبيعات عالية الأداء تركز على الانضباط والنتائج.
- فهم دور الثقة والمصداقية وفهم الأعمال في نجاح مبيعات الشركات.
- مراجعة التحديات الشائعة في بيئات البيع المعقدة بين الشركات.
- مناقشة عملية حول دور التنفيذ البيعي المنظم في تحقيق نمو مستدام للإيرادات.



اليوم الثاني: البحث عن العملاء المحتملين وتحديد الفرص

- تطوير صورة العميل المثالي لتركيز الجهود البيعية.
- تحديد العملاء المحتملين ذوي القيمة العالية بناءً على القطاع والحاجة والحجم والجاهزية وملاءمة الأعمال.
- تطبيق استراتيجيات توليد العملاء المحتملين من خلال القنوات الداخلية والخارجية.
- استخدام أساليب التواصل الأولي وفتح الحوارات التجارية مع العملاء.
- فهم كيفية تأهيل الفرص في مراحلها الأولى.
- تطبيق أطر تأهيل الفرص على مستوى تمهيدي لتقييم جودة الفرصة.
- ترتيب الفرص حسب القيمة والاحتمالية والاستعجال والملاءمة الاستراتيجية.
- بناء عملية أقوى لإنشاء مسار الصفقات.
- تجنب إضاعة الوقت في فرص ضعيفة أو غير مناسبة.
- تطبيق عملي على إعداد خطة للبحث عن العملاء وتأهيل الفرص.

اليوم الثالث: البيع الاستشاري وتحليل احتياجات العملاء

- فهم البيع الاستشاري كمنهج مناسب للتعامل مع احتياجات العملاء المعقدة.
- استخدام أسئلة الاكتشاف لفهم أولويات العميل.
- التمييز بين الاحتياجات المعلنة والاحتياجات غير الظاهرة لدى العميل.
- تحليل نقاط الألم والأهداف والمخاطر ومحركات القرار لدى العميل.
- تقديم الحلول بناءً على القيمة وليس على خصائص المنتج فقط.
- صياغة عرض قيمة واضح يناسب عملاء الشركات.
- التعامل مع الاعتراضات من خلال منطق منظم وأدلة مناسبة.
- بناء الثقة والمصداقية أثناء الحوارات البيعية.
- تحسين جودة النقاش مع العميل من خلال الاستماع، طرح الأسئلة، وربط الحل باحتياج العمل.
- محاكاة عملية لاجتماع تحليل احتياجات مع عميل من قطاع الأعمال.



اليوم الرابع: التفاوض واستراتيجيات إغلاق الصفقات

- فهم مبادئ التفاوض القائم على القيمة.
- التحضير للتفاوض من خلال تحديد الأهداف والحدود والتنازلات ونقاط القيمة.
- إدارة استراتيجية التسعير وضبط الخصومات.
- التعامل مع ضغوط المشتريات ومقاومة أصحاب المصلحة المتعددين.
- الرد على الاعتراضات المتعلقة بالسعر أو التوقيت أو المخاطر أو عروض المنافسين.
- تطبيق أساليب إغلاق الصفقات المعقدة.
- تأمين الالتزام من خلال خطوات تالية واضحة ومواءمة القرار.
- هيكلة العقود بطريقة تدعم القيمة التجارية وثقة العميل.
- إدارة التفاوض دون إضعاف جودة العلاقة طويلة الأمد.
- دراسة حالة عملية حول التفاوض وإغلاق فرصة مبيعات معقدة.

اليوم الخامس: نمو الحسابات وإدارة علاقات العملاء وأداء المبيعات

- فهم مبادئ إدارة الحسابات الرئيسية.
- إعداد خطط نمو للحسابات الاستراتيجية.
- تحديد فرص التوسع والبيع المتقاطع داخل الحسابات القائمة.
- تعزيز العلاقات طويلة الأمد من خلال مراجعات حساب منظمة.
- تطبيق الانضباط في استخدام نظام إدارة علاقات العملاء لتحسين الرؤية والمتابعة ودقة مسار الصفقات.
- إدارة مراحل مسار المبيعات وحركة الصفقات.
- استخدام التنبؤ بالمبيعات لتحسين التخطيط وتوقع الأداء.
- تطبيق تحليلات الأداء لمتابعة التحويل وجودة النشاط ونمو الإيرادات.
- تحديد مؤشرات أداء شخصية وأولويات عمل بيعية.
- ورشة ختامية لإعداد خطة عمل شخصية للتميز في مبيعات الشركات.



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- بناء قدرة أقوى في مبيعات الشركات.
- فهم دورة البيع بين الشركات من البحث عن الفرص حتى الإغلاق.
- تحسين تأهيل الفرص التجارية باستخدام أطر منظمة.
- تطوير مهارات البيع الاستشاري للتعامل مع احتياجات العملاء المعقدة.
- تحسين القدرة على رسم خريطة أصحاب المصلحة وإدارة التأثير.
- تعزيز البيع القائم على القيمة وتموضع الحلول.
- رفع معدلات التحويل من خلال انضباط أفضل في إدارة مسار الصفقات.
- تحسين نتائج التفاوض وزيادة الثقة في إغلاق الصفقات.
- تطوير استخدام إدارة علاقات العملاء وتحليلات المبيعات.
- بناء خطط أقوى لإدارة الحسابات الرئيسية وتوسيعها.
- تحسين التنبؤ بالمبيعات ومتابعة الأداء.
- دعم نمو الإيرادات المستدام من خلال تنفيذ بيعي منظم.

الخاتمة

تقدم دورة التميز في مبيعات الشركات إطارًا عمليًا لتطوير الأداء البيعي في بيئات البيع المعقدة بين الشركات.

تبدأ الدورة بأسس مبيعات الشركات، وسلوك الشراء داخل المؤسسات، ورسم خريطة أصحاب المصلحة، والبيع القائم على القيمة. ثم تنتقل إلى البحث عن العملاء المحتملين، تطوير صورة العميل المثالي، توليد الفرص، تأهيلها، وبناء مسار صفقات أقوى.

بعد ذلك، يركز البرنامج على البيع الاستشاري، تحليل احتياجات العملاء، التعامل مع الاعتراضات، التفاوض، استراتيجيات الإغلاق، وهيكلة الالتزامات التجارية. وفي اليوم الأخير، يتم التركيز على إدارة الحسابات الرئيسية، نمو الحسابات، إدارة علاقات العملاء، إدارة مسار الصفقات، التنبؤ بالمبيعات، وتحليل الأداء.

بنهاية الدورة، سيكون المشاركون أكثر قدرة على تحديد الفرص عالية القيمة، إدارة دورات بيع معقدة، بناء علاقات أقوى مع عملاء الشركات، تحسين نتائج التفاوض والإغلاق، واستخدام إدارة علاقات العملاء وتحليلات المبيعات لدعم نمو مستمر في الإيرادات.

