



الدورة التدريبية: محترف المبيعات Sales Professional

Ref: #SAL61743585



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

لم يعد البيع في بيئة الأعمال المعاصرة مجرد عرض لمنتج أو خدمة، بل أصبح مهنة استشارية متكاملة تقوم على فهم عميق لاحتياجات العميل، وتحليل دقيق لدوافعه الشرائية، وبناء علاقة ثقة طويلة الأمد تحقق قيمة متبادلة للطرفين. ويواجه محترف المبيعات اليوم عملاء أكثر وعياً واطلاعاً، يصلون إلى طاولة التفاوض وقد جمعوا معظم المعلومات مسبقاً، مما يفرض على رجل المبيعات أن يتحول من ناقل للمعلومة إلى صانع للرؤية ومستشار موثوق. وتستند هذه الدورة التدريبية إلى أبحاث رائدة في علم المبيعات، أبرزها أعمال Neil Rackham في كتابه SPIN Selling الذي حلل آلاف المقابلات البيعية الناجحة، إضافة إلى منهج Matthew Dixon و Brent Adamson في كتابهما The Challenger Sale الذي أعاد تعريف دور مندوب المبيعات المتميز. ويقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية لتأهيل المشاركين بمنظومة متكاملة تبدأ من فهم سيكولوجية الشراء، مروراً بالتنقيب عن العملاء المحتملين وتأهيلهم، وإدارة المقابلة البيعية الاستشارية، ومعالجة الاعتراضات بثقة، وصولاً إلى مهارات التفاوض وإغلاق الصفقات وإدارة خط المبيعات بالاعتماد على المؤشرات والبيانات. كما تركز الدورة على بناء العقلية الاحترافية والانضباط الذاتي والمرونة النفسية التي تميز نخبة البائعين عن غيرهم، وعلى تحويل العميل من مشتري لمرة واحدة إلى شريك دائم ومصدر للتوصيات. وتمزج الدورة بين الأطر النظرية الحديثة والتطبيق العملي المكثف، ليخرج المشارك بأدوات جاهزة للاستخدام الفوري في عمله اليومي، وبخطة شخصية واضحة لرفع أدائه البيعي وتحقيق مستهدفاته بثبات واستدامة.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مندوبو المبيعات وممثلو المبيعات الميدانية.
- مسؤولو المبيعات الداخلية والمبيعات الهاتفية.
- مديرو الحسابات الرئيسية ومديرو علاقات العملاء.
- مشرفو ورؤساء فرق المبيعات.
- مسؤولو تطوير الأعمال والشراكات التجارية.
- أخصائيو خدمة العملاء المنتقلون إلى أدوار بيعية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- حديثو التعيين في إدارات المبيعات الراغبون في بناء أساس مهني متين.



القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة العامة.
- القطاع المصرفي والخدمات المالية والتأمين.
- قطاع العقارات والتطوير العقاري.
- قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات.
- قطاع الأدوية والأجهزة الطبية والرعاية الصحية.
- قطاع السيارات والمعدات الصناعية.
- قطاع السياحة والضيافة والطيران.
- قطاع السلع الاستهلاكية سريعة التداول.
- الهيئات الحكومية وشبه الحكومية والمؤسسات العامة ذات الطابع التجاري أو الاستثماري.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة المبيعات.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة الحسابات الرئيسية.
- إدارة خدمة العملاء وعلاقات العملاء.
- إدارة التسويق.
- إدارة الشراكات والتحالفات التجارية.
- إدارة التدريب وتطوير الموارد البشرية.



أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- فهم سيكولوجية العميل ودوافع اتخاذ قرار الشراء ومراحل رحلة المشتري.
- بناء عقلية البائع المحترف القائمة على الانضباط والمرونة والتعلم المستمر.
- تطبيق أساليب منهجية للتنقيب عن العملاء المحتملين وتأهيلهم وفق معايير واضحة.
- إدارة المقابلة البيعية الاستشارية باستخدام أسئلة SPIN وأسلوب الإنصات الفعال.
- صياغة عرض قيمة مقنع يربط خصائص المنتج بالنتائج التي يسعى إليها العميل.
- التعامل مع الاعتراضات بثقة وتحويلها إلى فرص لتعميق الحوار.
- توظيف مهارات التفاوض للوصول إلى اتفاقات متوازنة تحافظ على الربحية.
- استخدام أساليب إغلاق الصفقات المناسبة لكل موقف ونوع عميل.
- إدارة خط المبيعات وتحليل مؤشرات الأداء الرئيسية بالاعتماد على أنظمة CRM.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتنمية الحسابات وزيادة المبيعات المتكررة.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في تقديم هذه الدورة التدريبية على منهجية تعلم تفاعلية تقوم على مبدأ التعلم بالممارسة. إذ يقضي المشاركون الجزء الأكبر من وقت التدريب في تطبيق المهارات لا في الاستماع إليها فقط. وتبدأ كل وحدة بعرض موجز للإطار المفاهيمي المستند إلى أحدث الأبحاث في علم المبيعات والسلوك الشرائي، يليه نقاش مفتوح يربط المفاهيم بواقع عمل المشاركين وتحديات أسواقهم. وتشكل لعب الأدوار ركيزة أساسية في الدورة، حيث يتقمص المشاركون أدوار البائع والعميل والمراقب في مواقف بيعية مصممة بعناية، تتدرج من المقابلات الأولى البسيطة إلى مواقف التفاوض المعقدة والعملاء الصعبين. كما تتضمن الدورة دراسات حالة واقعية من قطاعات متنوعة، يحللها المشاركون ضمن مجموعات عمل صغيرة لاستخلاص أسباب نجاح الصفقات أو فشلها، ثم يعرضون استنتاجاتهم على بقية المجموعة. ويحرص المدرب على تقديم تغذية راجعة فورية ومحددة بعد كل تمرين، مع تشجيع التقييم الذاتي وتقييم الأقران لتعزيز الوعي بنقاط القوة وفرص التحسين. وتشمل المنهجية أيضاً تمارين لكتابة سيناريوهات المكالمات ورسائل التواصل الأولى، وبناء عروض القيمة، وتحليل بيانات خط مبيعات افتراضي. وفي ختام الدورة يعد كل مشارك خطة عمل شخصية لتطبيق ما تعلمه خلال الأسابيع التالية، تتضمن أهدافاً قابلة للقياس وسلوكيات محددة سيعمل على تطويرها، مما يضمن انتقال أثر التدريب من القاعة إلى الميدان.



خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: عقلية البائع المحترف وسيكولوجية العميل

- تطور مهنة المبيعات من البيع التقليدي إلى البيع الاستشاري.
- السمات الشخصية والسلوكية لمحترف المبيعات المتميز.
- بناء العقلية الإيجابية والمرونة النفسية في مواجهة الرفض.
- فهم دوافع الشراء العقلانية والعاطفية لدى العملاء.
- رحلة المشتري ومراحل اتخاذ قرار الشراء الحديثة.
- أنماط شخصيات العملاء وكيفية التكيف مع كل نمط.
- مبادئ الإقناع والتأثير في البيئة البيعية.
- أخلاقيات البيع وبناء المصداقية المهنية.

الوحدة الثانية: التنقيب عن العملاء وتأهيلهم وبناء التواصل الأول

- تحديد ملف العميل المثالي وشرائح السوق المستهدفة.
- مصادر العملاء المحتملين التقليدية والرقمية.
- البيع الاجتماعي واستخدام LinkedIn في بناء العلاقات المهنية.
- صياغة رسائل التواصل الأولى والمكالمات الباردة الفعالة.
- معايير تأهيل العملاء المحتملين باستخدام إطار BANT.
- التحضير المسبق للمقابلة البيعية والبحث عن العميل.
- تقنيات كسر الجليد وبناء الألفة في الدقائق الأولى.

الوحدة الثالثة: المقابلة البيعية الاستشارية وعرض القيمة

- هيكل المقابلة البيعية الاحترافية ومراحلها.
- فن طرح الأسئلة وتطبيق نموذج SPIN Selling.
- الإنصات الفعال وقراءة الإشارات اللفظية وغير اللفظية.
- تحديد الاحتياجات الصريحة والضمنية للعميل.
- صياغة عرض القيمة وربط الخصائص بالفوائد والنتائج.
- تقديم العروض البيعية المؤثرة واستخدام القصص التجارية.
- منهج The Challenger Sale في تقديم رؤى جديدة للعميل.



الوحدة الرابعة: معالجة الاعتراضات والتفاوض وإغلاق الصفقات

- فهم طبيعة الاعتراضات وأسبابها الحقيقية.
- نماذج منهجية للتعامل مع اعتراضات السعر والتوقيت والمنافسة.
- التمييز بين الاعتراض الحقيقي والذريعة.
- أساسيات التفاوض البيعي وتحديد البديل الأفضل BATNA.
- تقنيات تقديم التنازلات والحفاظ على هامش الربح.
- التعرف على إشارات الاستعداد للشراء.
- أساليب إغلاق الصفقات المناسبة لكل موقف.
- التعامل مع العملاء الصعبين والمفاوضين المحترفين.

الوحدة الخامسة: إدارة خط المبيعات وبناء العلاقات طويلة الأمد

- إدارة خط المبيعات ومراحل الصفقة.
- استخدام أنظمة CRM لتنظيم العمل ومتابعة العملاء.
- مؤشرات الأداء الرئيسية في المبيعات وتحليلها.
- إدارة الوقت وترتيب الأولويات لمحترف المبيعات.
- خدمة ما بعد البيع ورفع مستوى رضا العملاء وولائهم.
- استراتيجيات البيع الإضافي والبيع التقاطعي وتنمية الحسابات.
- الحصول على التوصيات وتحويل العملاء إلى سفراء للعلامة التجارية.
- إعداد خطة التطوير الشخصية لتحقيق المستهدفات البيعية.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.



سؤال للتأمل:

إذا كان العميل اليوم يصل إلى قراره الشرائي قبل أن يلتقي بالبائع في معظم الأحيان، فهل ما زالت قيمة محترف المبيعات تكمن في الإقناع، أم أنها انتقلت إلى قدرته على إعادة تشكيل طريقة تفكير العميل في مشكلته ذاتها؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بأنها لا تقدم للمشارك مجموعة من الحيل البيعية السريعة، بل تبني لديه منظومة تفكير متكاملة تجعله قادراً على التعامل مع أي عميل وأي موقف بيعي بثقة واحترافية. فهي تنطلق من فهم عميق لسيكولوجية الشراء وسلوك العميل الحديث، ثم تنتقل بالمشارك خطوة بخطوة عبر دورة البيع كاملة، من التنقيب والتأهيل إلى المقابلة الاستشارية ومعالجة الاعتراضات والتفاوض والإغلاق، وصولاً إلى بناء علاقات مستدامة وتنمية الحسابات. ويحرص BIG BEN Training Center على أن يكون كل مفهوم في الدورة مرتبطاً بتطبيق عملي مباشر، فلا ينتهي أي محور دون أن يجرب المشاركون المهارة بنفسه في مواقف محاكاة واقعية، ويتلقى تغذية راجعة دقيقة تساعد على صقل أسلوبه الشخصي. كما تجمع الدورة بين أكثر النماذج البحثية رسوخاً في علم المبيعات، مثل نموذج SPIN ومنهج Challenger، وبين متطلبات السوق الحالية التي تشمل البيع الاجتماعي والاعتماد على البيانات وأنظمة إدارة علاقات العملاء. ومن أبرز ما يميز الدورة تركيزها على الجانب الإنساني في البيع، إذ تعالج قضايا الثقة والمصداقية والمرونة النفسية والتعامل مع الرفض، وهي عوامل كثيراً ما تهملها البرامج التقليدية رغم أنها تصنع الفارق الحقيقي في الأداء على المدى الطويل. ويغادر المشاركون الدورة وهو يحمل أدوات عملية جاهزة، وخطة تطوير شخصية واضحة، ورؤية جديدة لدوره بوصفه مستشاراً موثقاً يضيف قيمة حقيقية لعملائه وللمؤسسة في آن واحد.