الدورة التدريبية: المبيعات في المؤسسات الرياضية - احترافي لبناء فرق مبيعات عالية الأداء



27 - 31 ديسمبر 2026
المنامة
4400 € (للشخص الواحد)
Ref: #SAL5995_409609

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد المبيعات ركيزة أساسية لنجاح أي مؤسسة، ويزداد هذا التأثير في القطاع الرياضي الذي يشهد نموًا وتنافسية غير مسبوقة. تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تزويد المشاركين بالمعارف والمهارات اللازمة لإتقان فن وعلم المبيعات في سياق المؤسسات الرياضية، بدءًا من فهم آليات السوق الرياضي الفريدة، وصولًا إلى بناء استراتيجيات مبيعات فعالة وتحقيق أهداف الإيرادات الطموحة. يغطي البرنامج كافة الجوانب الحيوية، من تحديد الفرص الجديدة وتطوير عروض القيمة، إلى التفاوض الاحترافي وبناء علاقات مستدامة مع العملاء والجهات الراعية. يستعرض البرنامج أحدث النظريات والممارسات العالمية في مبيعات التذاكر، الرعاية الرياضية، المنتجات والخدمات الرياضية، وإدارة حسابات العملاء الرئيسيين. استنادًا إلى أعمال خبراء مثل البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler) في مجال التسويق والمبيعات، يقدم BIG BEN Training Center نهجًا شموليًا يجمع بين الإطار النظري والتطبيق العملي، مما يمكن المشاركين من صقل قدراتهم على تحليل البيانات، توقع الاتجاهات، وتصميم حملات مبيعات مبتكرة تزيد من قاعدة الجماهير وتحقق الاستدامة المالية للمؤسسات الرياضية. هذه الدورة هي رحلة متكاملة نحو التميز في مبيعات القطاع الرياضي، من الألف إلى الياء.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء المبيعات والتسويق في الأندية الرياضية والاتحادات والمنشآت الرياضية.
- أخصائيو المبيعات وتطوير الأعمال في قطاع الرياضة.
- المسؤولون عن إدارة الرعاية والعلاقات التجارية في المؤسسات الرياضية.
- المدراء التنفيذيون والعاملون في وكالات التسويق الرياضي.
- رواد الأعمال الطموحون الذين يسعون لدخول سوق الرياضة.
- طلاب وخريجو كليات الإدارة الرياضية والتسويق.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الأندية والفرق الرياضية المحترفة والهواة.
- الاتحادات الرياضية واللجان الأولمبية.
- الملاعب والصالات الرياضية والمراكز الترفيهية.
- الشركات الراعية والوكالات المتخصصة في التسويق الرياضي.
- شركات تنظيم الفعاليات والأحداث الرياضية.
- المؤسسات الإعلامية الرياضية.
- تجار التجزئة للمنتجات الرياضية.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها، المعنية بتطوير الرياضة والاستثمار فيها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة المبيعات.
- إدارة التسويق.
- إدارة الرعاية وتطوير الأعمال.
- إدارة العمليات التجارية.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تطوير المنتجات.
- إدارة الفعاليات.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تحليل سوق الرياضة وتحديد الفرص البيعية الواعدة.
- تطوير استراتيجيات مبيعات مبتكرة للمنتجات والخدمات الرياضية.
- بناء وإدارة علاقات قوية مع العملاء والشركاء والرعاة.
- إتقان فن التفاوض وإبرام الصفقات في القطاع الرياضي.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لتعزيز أداء المبيعات.
- تصميم وتنفيذ حملات تسويقية ومبيعات فعالة لزيادة الإيرادات.
- إدارة فرق المبيعات الرياضية وتحفيزها لتحقيق الأهداف.
- قياس وتقييم أداء المبيعات وتعديل الاستراتيجيات حسب الحاجة.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة، تركز على المزج بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. تتضمن المنهجية مزيجًا من المحاضرات التفاعلية التي يقدمها خبراء في مبيعات القطاع الرياضي، مصحوبة بدراسات حالة واقعية من مؤسسات رياضية عالمية ومحلية، مما يتيح للمشاركين تحليل التحديات والحلول الناجحة. يتم التركيز بشكل كبير على العمل الجماعي من خلال ورش عمل ومشاريع تطبيقية، حيث يتم تقسيم المشاركين إلى مجموعات لحل مشكلات بيع حقيقية وتطوير خطط مبيعات، مما يعزز مهارات التعاون وتبادل الخبرات. كما تشمل الدورة جلسات عصف ذهني وتمارين محاكاة لسيناريوهات المبيعات الصعبة، مما يمنح المشاركين فرصة لتطبيق المفاهيم المكتسبة في بيئة آمنة. يتم توفير تغذية راجعة بناءة ومستمرة من المدربين لتمكين المشاركين من تحديد نقاط القوة وتحسين الجوانب التي تحتاج إلى تطوير. يضمن هذا النهج أن يتمكن المتدربون من اكتساب رؤى عملية قابلة للتطبيق الفوري في مجال مبيعات المؤسسات الرياضية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات المبيعات في القطاع الرياضي.

- فهم طبيعة سوق الرياضة ومنتجاته وخدماته.
- تحليل سلوك المستهلك الرياضي وأنماط الشراء.
- التعرف على أنواع الإيرادات في المؤسسات الرياضية.
- دور مبيعات التذاكر والاشتراكات الموسمية.
- أهمية الرعاية الرياضية وتطويرها.
- مبيعات حقوق البث التجاري.
- مبيعات المنتجات والخدمات التكميلية.

الوحدة الثانية: استراتيجيات المبيعات المتقدمة في المؤسسات الرياضية.

- بناء خطط مبيعات شاملة للأندية والاتحادات.
- تطوير عروض القيمة المضافة للجهات الراعية.
- استراتيجيات التسعير المرن للمنتجات الرياضية.
- التفاوض الاحترافي وإبرام الصفقات الكبرى.
- استخدام البيانات والتحليلات لتحسين أداء المبيعات.
- تخصيص العروض لتلبية احتياجات مختلف العملاء.
- مبيعات الأفراد والشركات في القطاع الرياضي.

الوحدة الثالثة: إدارة العلاقات مع العملاء والرعاة.

- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- استراتيجيات ولاء المشجعين وتجديد الاشتراكات.
- إدارة حسابات الرعاية وتفعيلها.
- قياس عائد الاستثمار للرعايا.
- استخدام أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) في الرياضة.
- التعامل مع اعتراضات العملاء بفعالية.
- أهمية التواصل المستمر مع الجهات الراعية.

الوحدة الرابعة: التسويق الرقمي والمبيعات في الرياضة.

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز المبيعات.
- الحملات الإعلانية الرقمية الموجهة.
- التسويق بالمحتوى الرياضي لدعم المبيعات.
- التجارة الإلكترونية للمنتجات والخدمات الرياضية.
- تحليل بيانات الويب لتعزيز استراتيجيات المبيعات.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني للمشجعين والرعاة.
- التسويق الشفهي (Word-of-Mouth) في الرياضة.

الوحدة الخامسة: قيادة فرق المبيعات الرياضية.

- بناء فريق مبيعات عالي الأداء.
- تحفيز فرق المبيعات وتطوير قدراتهم.
- تحديد أهداف المبيعات وقياس الأداء.
- إدارة الأزمات والتحديات في فرق المبيعات.
- توفير التدريب المستمر لأعضاء الفريق.
- تقييم الأداء وتقديم التغذية الراجعة.
- الابتكار في أساليب المبيعات الرياضية.

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:

كيف يمكن للمؤسسات الرياضية أن تحول الشغف الجماهيري إلى استدامة مالية من خلال استراتيجيات مبيعات مبتكرة ومستقبلية؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق والفريد على مبيعات المؤسسات الرياضية، مقدمةً رؤى أكاديمية وعملية غير مسبوقة في هذا المجال المتخصص. لا تقتصر الدورة على تقديم المفاهيم الأساسية، بل تتعمق في استراتيجيات مبيعات التذاكر، الرعاية الرياضية، وتسويق المنتجات والخدمات الرياضية من منظور تحليلي وتطبيقي. يقدم البرنامج أمثلة حية ودراسات حالة من الأندية والاتحادات الرياضية الرائدة عالميًا، مما يتيح للمشاركين فهم التحديات الحقيقية وكيفية التغلب عليها بفعالية. يعتمد المحتوى على أحدث الأبحاث الأكاديمية والممارسات الصناعية، مما يضمن أن يكتسب المتدربون معرفة شاملة بأكثر التقنيات تقدمًا في مبيعات الرياضة. نحن نركز على تطوير مهارات التفكير النقدي وصنع القرار الاستراتيجي، بدلاً من مجرد التركيز على الأدوات التقنية. هذه الدورة مصممة خصيصًا لتزويد المشاركين بالقدرة على صياغة وتنفيذ خطط مبيعات متكاملة تسهم في تحقيق أقصى إيرادات للمؤسسات الرياضية، مع التركيز على بناء علاقات مستدامة مع الجماهير والشركاء، مما يجعلها تجربة تعليمية فريدة ومؤثرة للغاية.