الدورة التدريبية: استراتيجيات المبيعات الميدانية المتقدمة: قيادة الأداء وتحقيق النمو المستدام



27 - 31 ديسمبر 2026
عمان
3800 € (للشخص الواحد)
Ref: #SAL8118_409807

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تقدم هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center منظورًا متعمقًا لاستراتيجيات المبيعات الميدانية، بدءًا من التخطيط الاستراتيجي وصولاً إلى إغلاق الصفقات المعقدة. تم تصميم هذه الدورة بعناية فائقة لتزويد المتدربين بالمعرفة والأدوات اللازمة للتفوق في بيئة المبيعات التنافسية. ستغطي الدورة مفاهيم مثل فهم سلوك العميل، وتطوير عروض قيمة فريدة، وإدارة علاقات العملاء بفاعلية. سيتم استكشاف أحدث التقنيات في المبيعات، بما في ذلك استخدام تحليلات البيانات لتحسين الأداء وتحديد الفرص الجديدة. تركز الدورة على التطبيق العملي للمفاهيم، مما يضمن أن يكون المتدربون قادرين على ترجمة المعرفة النظرية إلى نتائج ملموسة في الميدان. تستند هذه الدورة إلى أحدث الأبحاث والدراسات في مجال المبيعات، وتستلهم من أعمال رواد الفكر مثل الأكاديمي العالمي نيل راكهام (Neil Rackham)، الذي أسهم بشكل كبير في فهمنا للمبيعات المعقدة من خلال كتابه "SPIN Selling". إن فهم المبيعات الميدانية يتطلب مزيجًا من المهارات التحليلية، والتواصل الفعال، والقدرة على التكيف مع التغيرات في السوق. تهدف الدورة إلى بناء هذه المهارات، مما يجعل المشاركين قادة في مجالاتهم.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو المبيعات الميدانية.
- مندوبو المبيعات ذوو الخبرة.
- الموظفون الجدد في أقسام المبيعات.
- رواد الأعمال الذين يرغبون في بناء فرق مبيعات قوية.
- مديرو تطوير الأعمال.
- استشاريو المبيعات.
- المدربون المتخصصون في المبيعات.
- مديرو علاقات العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات المصنعة والتوزيع.
- قطاع الخدمات المالية والتأمين.
- صناعة التكنولوجيا والبرمجيات.
- قطاع الرعاية الصحية والأدوية.
- صناعة البناء والعقارات.
- شركات الاتصالات.
- قطاع الطاقة والمرافق.
- تجارة التجزئة والجملة.
- المنظمات غير الربحية التي تعتمد على جمع التبرعات.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- أقسام المبيعات والتسويق.
- إدارات تطوير الأعمال.
- فرق خدمة العملاء.
- أقسام التدريب والتطوير.
- الإدارة العليا والإدارة التنفيذية.
- أقسام التخطيط الاستراتيجي.
- أقسام البحوث والتطوير.
- أقسام العمليات التشغيلية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تطوير استراتيجيات مبيعات ميدانية فعالة تتماشى مع أهداف الشركة.
- تحليل سلوك العملاء وتحديد احتياجاتهم الخفية.
- بناء علاقات قوية ودائمة مع العملاء المحتملين والحاليين.
- إتقان فن التفاوض وإغلاق الصفقات بنجاح.
- استخدام التكنولوجيا وأدوات إدارة علاقات العملاء لتحسين الأداء.
- إدارة مناطق المبيعات بفاعلية وتحديد الأولويات.
- تجاوز الاعتراضات الشائعة بأساليب مقنعة.
- بناء وقيادة فرق مبيعات عالية الأداء.
- قياس وتحليل أداء المبيعات لضمان النمو المستدام.
- تطبيق مبادئ أخلاقيات المبيعات في جميع التعاملات.

منهجية الدورة التدريبية:

تتبنى هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، تركز على التطبيق العملي للمفاهيم لضمان أقصى استفادة للمشاركين. يتم تصميم الجلسات لتشمل مزيجًا من المحاضرات التفاعلية التي يقدمها خبراء في مجال المبيعات الميدانية، بالإضافة إلى دراسات الحالة الواقعية التي تحاكي سيناريوهات الأعمال الحقيقية. سيتم تشجيع العمل الجماعي بشكل مكثف من خلال ورش عمل عملية، حيث يتعاون المتدربون على حل تحديات المبيعات، وتطوير استراتيجيات مبتكرة، وتبادل الخبرات.
ستتضمن الدورة أيضًا جلسات لعب الأدوار (Role-Playing) لتمكين المشاركين من ممارسة مهارات التفاوض، التعامل مع الاعتراضات، وتقديم العروض التقديمية في بيئة آمنة وداعمة. سيتم توفير تغذية راجعة بناءة وفورية من المدربين لتمكين المتدربين من تحسين أدائهم بشكل مستمر. يلتزم BIG BEN Training Center بتوفير بيئة تعليمية محفزة تشجع على النقاش المفتوح وطرح الأسئلة. سيتم التركيز على أحدث الأدوات والتقنيات المستخدمة في إدارة المبيعات الميدانية، وتحليل بيانات العملاء، وتطوير خطط المبيعات. تهدف المنهجية إلى تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لقيادة فرق المبيعات وتحقيق أهدافهم بكفاءة عالية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس المبيعات الميدانية الحديثة

- المبيعات الميدانية: المفهوم والتطور.
- دور مندوب المبيعات الميدانية في الاقتصاد الحديث.
- تحديد أهداف المبيعات الميدانية الذكية.
- تحليل السوق والمنافسين في المبيعات الميدانية.
- فهم سلوك المستهلك وصناعة القرار الشرائي.
- تصنيف العملاء المحتملين (Leads) وفرزهم.
- أهمية البحث المسبق عن العميل المحتمل.

الوحدة الثانية: تطوير استراتيجيات البيع الفعالة

- بناء استراتيجية البيع الميداني المتكاملة.
- تحديد القيمة المقترحة (Value Proposition).
- تطوير عروض البيع الفريدة (Unique Selling Proposition).
- تقنيات الاقناع والتأثير في المبيعات.
- إدارة دورة المبيعات من البحث إلى الإغلاق.
- التخطيط للمكالمات البيعية والزيارات الميدانية.
- استخدام القصص في المبيعات الميدانية.

الوحدة الثالثة: مهارات التواصل والتفاوض المتقدمة

- التواصل الفعال مع العملاء المحتملين.
- الاستماع النشط وطرح الأسئلة الذكية.
- بناء الثقة والعلاقة مع العميل.
- فن التفاوض: مبادئ وتقنيات.
- التعامل مع الاعتراضات الشائعة بذكاء.
- تقنيات إغلاق الصفقات بنجاح.
- التواصل غير اللفظي في المبيعات.

الوحدة الرابعة: إدارة الأداء وتحليل البيانات

- قياس أداء المبيعات الميدانية.
- استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- تحليل بيانات المبيعات لتحديد الفرص.
- تطوير خطط عمل لتحسين الأداء.
- إدارة الوقت والتخطيط للمسارات الميدانية.
- استخدام أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM).
- أهمية المتابعة بعد البيع.

الوحدة الخامسة: قيادة فرق المبيعات وتحديات المستقبل

- بناء وقيادة فرق المبيعات الميدانية.
- تحفيز فرق المبيعات وتحقيق الأهداف.
- التدريب والتطوير المستمر لفرق المبيعات.
- التكيف مع التغيرات في سوق المبيعات الميدانية.
- أخلاقيات المبيعات والمسؤولية الاجتماعية.
- التحديات المستقبلية في المبيعات الميدانية.
- الاتجاهات الحديثة في المبيعات الميدانية الرقمية.

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 لفرق المبيعات الميدانية أن تحول التحديات غير المتوقعة في السوق إلى فرص نمو مستدامة من خلال تبني نهج استباقي وابتكاري في بناء العلاقات مع العملاء؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بتصميمها الشامل الذي يجمع بين الأسس النظرية المتينة والتطبيق العملي المكثف، مما يجعلها تجربة تعليمية فريدة من نوعها. تركز الدورة على تزويد المشاركين بأدوات واستراتيجيات قابلة للتطبيق الفوري في بيئة العمل، بدلاً من الاقتصار على المفاهيم النظرية. يتم تقديم المحتوى من قبل خبراء في المبيعات الميدانية، الذين يمتلكون خبرة واسعة في قيادة فرق المبيعات وتحقيق نتائج متميزة. تشمل الدورة دراسات حالة واقعية وتمارين تفاعلية تحاكي سيناريوهات المبيعات الحقيقية، مما يتيح للمتدربين ممارسة المهارات المكتسبة في بيئة آمنة وداعمة. بالإضافة إلى ذلك، تركز الدورة على أحدث الاتجاهات والتقنيات في مجال المبيعات الميدانية، بما في ذلك استخدام تحليلات البيانات وأدوات إدارة علاقات العملاء لتحسين الأداء. الهدف هو تمكين المشاركين من أن يصبحوا قادة في مجالهم، قادرين على بناء فرق مبيعات عالية الأداء وتحقيق نمو مستدام.