CONCEPT

إدارة المناطق البيعية وتخطيط خطوط السير: تصميم المناطق ودورات الزيارات وربحية المنطقة

15 – 19 أغسطس 2027

الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية



إدارة المناطق البيعية وتخطيط خطوط السير: تصميم المناطق ودورات الزيارات وربحية المنطقة

المرجع: 784_19874 **التاريخ:** 15 – 19 أغسطس 2027 **المكان:** الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية **الرسوم:** SAR 19500

مقدمة:

كثيرا ما تتعثر إدارة المناطق البيعية بصمت: مندوب يمر بسيارته أمام حسابات عالية الإمكانات دون أن يزورها، وآخر لا يصل إلى جميع عملائه، وتكرار زيارات لا يراعي قيمة الحساب، وحصص بيعية لا صلة لها بما تستطيع المنطقة تحقيقه. تقدم كور كونسبت في هذه الدورة لمديري المبيعات والمندوبين الميدانيين منهجية تطبيقية لتقدير إمكانات السوق وتصنيف الحسابات وتصميم مناطق متوازنة وتخطيط تكرار الزيارات وخطوط السير ومتابعة ربحية كل منطقة. ويعد المشاركون خطة منطقة بيعية وجدول خط سير لمنطقة حالة دراسية، قابلين للتكييف مع مناطقهم.

أهداف الدورة:

- تقدير إمكانات السوق في كل منطقة من أعداد الحسابات والقوة الشرائية والحصة الحالية من إنفاق العميل
- تصميم مناطق توازن بين الإمكانات وعبء العمل وزمن التنقل، وتحديد عدد المندوبين الذي تحتاجه
- تحديد تكرار الزيارات حسب فئة الحساب وبناء خطط خط السير ومسارات الزيارة التي تقلل القيادة غير المنتجة
- توزيع الحصص البيعية على المناطق وقراءة قائمة أرباح وخسائر المنطقة وتحليل تكلفة خدمة العميل لتحديد الزيارات المجدية
- إجراء مراجعات المناطق من بيانات نظام CRM وتطبيق قواعد إعادة الترسيم عند تغير الحسابات أو الأفراد أو الأسواق
- إعداد خطة منطقة بيعية وجدول خط سير لمنطقة حالة دراسية وتكييفهما مع منطقة المشارك

الفئة المستهدفة:

- مديرو المناطق ومشرفو المبيعات المباشرون المسؤولون عن توزيع الحسابات على المندوبين الميدانيين
- مندوبو المبيعات الميدانيون الذين يخططون زياراتهم الأسبوعية ويحملون هدفا بيعيا لمنطقتهم
- موظفو عمليات المبيعات والتخطيط الذين يحدثون خرائط المناطق وقوائم الحسابات وبيانات CRM
- مشرفو مبيعات التوزيع المباشر والعرض في نقاط البيع الذين يحددون تكرار الزيارات ويتابعون تغطيتها
- موظفو تطوير الأعمال الذين يفتحون مناطق جغرافية أو شرائح عملاء جديدة

محاور الدورة:

اليوم 1: أسس المناطق البيعية وتقدير إمكانات السوق وتدقيق الوضع الحالي

- تعريف وحدات المنطقة: تجمعات الرموز البريدية والمناطق التجارية وقوائم الحسابات المسماة
- تقدير إمكانات السوق باستخدام أعداد الحسابات ومؤشرات القوة الشرائية
- مصفوفة تصنيف الحسابات حسب الإمكانات والحصة الحالية من إنفاق العميل
- كراسة تدقيق المنطقة الحالية: فجوات التغطية والتداخلات وساعات التنقل
- أعراض اختلال المناطق: حسابات بلا زيارات ومندوبون مثقلون وطاقة غير مستغلة

اليوم 2: نماذج التغطية وتصميم المناطق البيعية وموازنة عبء العمل

- اختيار نموذج التغطية: الزيارات الميدانية والتغطية الهاتفية وفئات الحسابات الهجينة
- طريقة بناء عبء العمل: وقت الزيارة ووقت التنقل والساعات الإدارية
- مبادئ تصميم المناطق: توازن الإمكانات وتوازن عبء العمل وتراص حدود المنطقة
- رسم خرائط المناطق بطبقات نظم المعلومات الجغرافية GIS ونطاقات زمن القيادة
- تحديد موقع انطلاق المندوب وحساب حجم القوة البيعية المطلوبة

اليوم 3: تكرار الزيارات وخطط خط السير وتسلسل المسارات

- مصفوفة تكرار الزيارات حسب فئة الحساب والغرض من الزيارة
- بناء دورة خطة خط السير الأسبوعية ولمدة أربعة أسابيع
- تسلسل المسارات بأسلوب مسألة البائع المتجول وطريقة أقرب جار
- النوافذ الزمنية للعملاء ومواعيد الزيارة ومعايير مدة الزيارة
- برامج تخطيط المسارات وتطبيقات العمل الميداني على الهاتف: الخصائص والبيانات المطلوبة

اليوم 4: أهداف المناطق والربحية ومراجعات CRM وإعادة ترسيم المناطق

- توزيع الحصص البيعية على المناطق وفق الإمكانات والسجل التاريخي وخطط نمو الحسابات
- قائمة أرباح وخسائر المنطقة: الهامش الإجمالي والتكلفة الميدانية والمساهمة
- تحليل تكلفة خدمة العميل لكل حساب واقتصاديات الحد الأدنى للزيارة
- لوحة مراجعة المنطقة في نظام CRM: مدى تنفيذ خطة الزيارات والتغطية والإيراد لكل زيارة
- مسببات إعادة الترسيم وقواعد نقل الحسابات التي تحمي علاقات العملاء

اليوم 5: بناء خطة المنطقة البيعية وجدول خط السير لمنطقة الحالة الدراسية

- مراجعة حزمة بيانات الحالة: قائمة الحسابات وسجل المبيعات وشبكة الطرق
- إعادة رسم حدود المناطق واختبار توازن عبء العمل في منطقة الحالة
- صياغة خطة أعمال المنطقة: الحسابات ذات الأولوية وإجراءات النمو والأهداف
- بناء جدول خط السير لدورة من أربعة أسابيع مع فحص زمن القيادة
- عرض خطة المنطقة وجدول خط السير ومناقشتهما مع الزملاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تقدير إمكانات السوق
- تصنيف الحسابات إلى فئات
- ترسيم المناطق البيعية
- نمذجة عبء العمل
- تخطيط خط السير
- تسلسل مسارات الزيارة
- تحليل تكلفة خدمة العميل
- مراجعة أداء المنطقة

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بخطة منطقة بيعية وجدول خط سير مبنيين على منطقة حالة دراسية وجاهزين للتكييف مع حساباتك
- استبدال أنماط الزيارة المعتادة بتكرار زيارات ومسارات تبررها قيمة الحساب وزمن القيادة
- إثبات أي الحسابات تستحق الزيارة الميدانية وأيها تناسبه تغطية أقل تكلفة، بأدلة من أرباح وخسائر المنطقة
- مقارنة هياكل المناطق مع زملاء من السلع الاستهلاكية والمستلزمات الصناعية والأجهزة الطبية ومواد البناء

الخاتمة:

المنطقة المصممة جيدا توجه كل ساعة ميدانية إلى حيث توجد إمكانات الإيراد. تنتقل الدورة من تقدير إمكانات السوق وتدقيق الوضع الحالي، إلى نماذج التغطية وموازنة عبء العمل ورسم خرائط المناطق، ثم إلى تكرار الزيارات وخطط خط السير وتسلسل المسارات، وصولا إلى حصص المناطق وأرباحها وخسائرها وتكلفة خدمة العميل ومراجعات CRM وإعادة الترسيم. ويجمع اليوم الأخير هذه الأساليب على منطقة حالة دراسية، لينتج خطة منطقة بيعية وجدول خط سير يعيد المشاركون استخدامهما في مراجعة المنطقة التالية.