



# دورة تصميم خطط حوافز المبيعات: العمولات ومعاملات التسريع والحصص البيعية

16 – 20 أغسطس 2027

باريس - فندق أعمال على الضفة اليمنى



## دورة تصميم خطط حوافز المبيعات: العمليات ومعاملات التسريع والحصص البيعية

المرجع: 25731\_1615 التاريخ: 16 - 20 أغسطس 2027 المكان: باريس - فندق أعمال على الضفة اليمنى الرسوم: SAR 23500

### مقدمة:

دورة تصميم خطط حوافز المبيعات مدتها 5 أيام، وتتناول العمليات ومعاملات التسريع والحصص البيعية، وتستهدف موظفي المكافآت وعمليات المبيعات والمالية وقادة البيع، وينتهي فيها المشاركون بإعداد حزمة تصميم خطة حوافز المبيعات لمنظمة مبيعات افتراضية. تصرف منظمات كثيرة عمولات مرتفعة بينما تحقق في بلوغ أهداف الإيرادات، لأن مزيج الأجر والحصص وقواعد احتساب الصفقات ومعاملات التسريع وضعت بحكم العادة دون حساب تكلفتها أو اختبار أثرها في سلوك البائعين. يعمل المرشحون فعلاً في إدارة الأجر المتغير للبائعين أو تقدير تكلفته أو اعتماده، وتقدم الدورة بأسلوب بناء النماذج على حاسبات الصرف ومصنفات تكلفة الخطة. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة في تصميم خطط حوافز المبيعات.

### أهداف الدورة:

- تشخيص خطة حوافز المبيعات القائمة من خلال توزيع المدفوعات ومنحنيات تحقيق الحصص ومقارنة إنفاق الحوافز بالإيرادات
- تحديد مزيج الأجر والأرباح المستهدفة لكل دور بيعي بحسب تأثيره في قرار الشراء
- بناء معادلات العمولة والمكافأة المستهدفة ووضع حصص بيعية يستطيع أغلب البائعين بلوغها
- إنشاء منحنيات الصرف بعتبات ومعاملات تسريع، وصياغة قواعد احتساب الصفقات وتقسيمها وتخفيف الحصص
- ضبط مخاطر الخطة بأحكام الأرباح الاستثنائية والسقوف واسترداد العمولات وسيناريوهات التكلفة وميثاق حوكمة الخطة
- إعداد حزمة تصميم خطة حوافز المبيعات متضمنة نموذج التكلفة ووثيقة الخطة وأدوات التواصل مع البائعين

### الفئة المستهدفة:

- موظفو المكافآت والتعويضات المسؤولون عن خطط الأجر المتغير للبائعين
- موظفو عمليات المبيعات الذين يحددون الحصص ويحتسبون الصفقات ويعدون مدفوعات العمولات
- الشركاء الماليون الذين يعدون موازنة الحوافز ومخصصاتها ويدققون مدفوعاتها
- قادة المبيعات الذين يعتمدون تعديلات الخطة ويشرحون شروطها لفرقهم
- شركاء الموارد البشرية الذين يقدمون المشورة في وثائق الخطط ونزاعات الصرف والاستثناءات

## محاوّر الدورة:

### اليوم 1: أسس حوافز المبيعات وتشخيص الخطة الحالية

- تصنيف الأدوار البيعية بين صائدي العملاء الجدد ومديري الحسابات القائمة والمختصين المساندين
- مقارنة الأرباح المستهدفة لكل دور بيعي بمستويات السوق
- نسب مزيج الأجر وربطها بتأثير البائع في قرار الشراء
- تدقيق الخطة الحالية بتوزيع المدفوعات ومنحنيات تحقيق الحصص
- تشخيص فاعلية الخطة بمقارنة إنفاق الحوافز بنمو الإيرادات

### اليوم 2: آليات الخطة ومقاييس الأداء ونماذج تحديد الحصص

- معادلات نسب العمولة بالهيكل الثابتة والمتدرجة والسلمية
- خطط المكافأة المستهدفة الموزعة على مقياسين أو ثلاثة مقاييس
- نماذج تحديد الحصص البيعية بالبيانات التاريخية والإمكانات والطاقة البيعية
- اختبار توزيع الحصص مقابل منحنى التوزيع الطبيعي المتوقع للتحقيق
- اختيار مقاييس الأداء بين الإيرادات والهامش واستقطاب العملاء الجدد

### اليوم 3: منحنيات الصرف وقواعد احتساب الصفقات وإدارة الخطة

- بناء منحنى الصرف بالعتبات ومعاملات التسريع ومعاملات الإبطاء
- قواعد احتساب الصفقات المقسمة والأدوار المساندة وصفقات الشركاء
- صياغة سياسة تخفيف الحصص والتعديل خلال فترة الخطة
- تصميم كشف العمولة وإعداد مصنف احتساب المدفوعات
- ترتيبات السلف والحد الأدنى المقرر للأجر وفترة التهيئة للبائعين الجدد

### اليوم 4: مخاطر الخطة وسلوك البائعين وضوابط تكلفة الحوافز

- أحكام الأرباح الاستثنائية وبدائل السقوف للصفقات الكبيرة غير المخطط لها
- بنود استرداد العمولات عند إلغاء الطلبات أو تعثر تحصيل الفواتير
- مراجعة مخاطر السلوك في إخفاء الصفقات وتوقيتها والخصومات
- نمذجة تكلفة الخطة بسيناريوهات Monte Carlo محاكاة الاحتمالات لتحقيق الحصص
- ميثاق حوكمة الخطة وصلاحيات الاعتماد ولجنة الاستثناءات

## اليوم 5: بناء النماذج لحزمة تصميم خطة حوافز المبيعات

- إعداد الأدوار ومزيج الأجر والأرباح المستهدفة لمنظمة الحالة
- تمرين توزيع الحصص ومعايرة منحنى الصرف في الحالة
- اختبار إجهاد نموذج تكلفة خطة الحالة وفق ثلاثة سيناريوهات
- صياغة وثيقة الخطة وأدوات التواصل مع البائعين
- استكمال حزمة تصميم خطة حوافز المبيعات ومراجعتها من الأقران

## المهارات التي ستكتسبها:

- تصنيف الأدوار البيعية
- معايرة مزيج الأجر
- منهجية الحصص البيعية
- هندسة منحنيات الصرف
- سياسة احتساب الصفقات
- توقع تكلفة الحوافز
- تحليل مخاطر سلوك البائعين
- حوكمة خطط الحوافز

## لماذا تحضر هذه الدورة:

- تسليم حزمة تصميم خطة حوافز المبيعات إلى لجنة المكافآت ورئيس المبيعات لاعتمادها
- الحسم في مواضع العتبات ومعاملات التسريع والسقوف كي تتبع المدفوعات الأداء البيعي الفعلي
- تفادي الصرف الزائد الناتج عن الصفقات الاستثنائية والطلبات الملغاة والحصص المتضخمة قبل فترة الخطة القادمة
- توعية مديري المبيعات وفريق المالية بقواعد احتساب الصفقات وشروط الاسترداد ومواعيد الصرف

## الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يعرض المشاركون حزمة تصميم خطة حوافز المبيعات على لجنة المكافآت ورئيس المبيعات ومسؤول المالية، فيعتمدون بها مزيج الأجر لكل دور ومستويات الحصص ومنحنيات الصرف وموازنة الحوافز لفترة الخطة القادمة. وتستخدم إدارة عمليات المبيعات مصنع الاحتساب وقواعد احتساب الصفقات في إعداد كشوف العمولة الشهرية. وبعد أول دورة صرف كاملة تقارن الوحدة نسب التحقيق الفعلية وتوزيع المدفوعات بنموذج التكلفة، ثم تعيد معايرة أي عتبة أو معامل تسريع انحرف عن المخطط.

## الأسئلة الشائعة:

### ما الذي يحتاجه المشارك قبل دورة تصميم خطط حوافز المبيعات؟

ينبغي أن يعمل المشارك فعلا مع أهداف المبيعات أو احتساب العمولات أو موازنات المكافآت، وأن يجيد معادلات جداول البيانات. ويفيد إحضار وثيقة خطة حالية مجهولة المصدر وبيانات تحقيق ومدفوعات لعام واحد في جعل تمارين بناء النماذج أقرب إلى واقعه.

### بم تختلف دورة تصميم خطط حوافز المبيعات عن دورات التعويضات والمزايا العامة؟

تركز هذه الدورة على الأجر المتغير للبائعين: مزيج الأجر والحصص ومعادلات العمولة ومنحنيات الصرف واحتساب الصفقات والاسترداد وتكلفة الخطة. أما دورات التعويضات والمزايا العامة فتغطي الراتب الأساسي ومراجعات الرواتب والبدلات والمزايا، وتتناول حوافز المبيعات في جلسة واحدة.

### لماذا تصرف خطط حوافز المبيعات أحيانا مبالغ أعلى بينما تتراجع الإيرادات؟

يحدث ذلك غالبا لأن الحصص وضعت منخفضة أو غير متوازنة، ومعاملات التسريع تبدأ مبكرا، والصفقات الاستثنائية بلا سقف، والصفقة تحتسب لأكثر من دور. واختبار الخطة مقابل توزيع التحقيق قبل إطلاقها يكشف معظم هذه الثغرات.

### ماذا يعود به المشارك من دورة تصميم خطط حوافز المبيعات؟

يعود المشارك بحزمة تصميم خطة حوافز المبيعات: مزيج الأجر والأرباح المستهدفة لكل دور، ومنهجية الحصص، ومعادلات العمولة والمكافأة، ومنحنيات الصرف، وقواعد احتساب الصفقات والاسترداد، ونموذج تكلفة سيناريوهات، ووثيقة الخطة، وأدوات التواصل مع البائعين.