CONCEPT

إدارة المبيعات والبيع الاحترافي: التخطيط وخط الصفقات والتنبؤ وتوجيه فريق المبيعات

15 – 19 مارس 2027

أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس



إدارة المبيعات والبيع الاحترافي: التخطيط وخط الصفقات والتنبؤ وتوجيه فريق المبيعات

المرجع: 18_8307 **التاريخ:** 15 – 19 مارس 2027 **المكان:** أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس **الرسوم:** SAR 23500

مقدمة:

لا تخفق فرق المبيعات غالبا في بلوغ أهدافها بسبب ضعف الجهد، بل لأن إدارة المبيعات تجري بصورة غير منظمة: مناطق بيعية غير متوازنة، وحصص تفرض من الأعلى، ومراحل صفقات يفهمها كل مندوب بطريقته، وتوقعات تبنى على التفاؤل لا على الأدلة. تقدم كور كونسبت في دورة إدارة المبيعات والبيع الاحترافي لمديري المبيعات منظومة عمل تطبيقية لتخطيط عمل الفريق وإدارته وتوجيهه. يحدد المشاركون مسار بيع موحدا للفريق، ويديرون خط الصفقات والتنبؤ بالمبيعات ببيانات نظام CRM، ويضعون مؤشرات الأداء ويوجهون الفريق بها، ثم يعدون خطة تشغيل إدارة المبيعات لفرقهم.

أهداف الدورة:

- تحويل أهداف الإيرادات المؤسسية إلى خطة مبيعات تشمل مناطق بيعية مقسمة وتقديرات للطاقة الاستيعابية وحصصا بيعية قابلة للدفاع عنها
- تصميم مسار بيع للفريق بتعريفات واضحة للمراحل ومعايير للانتقال بينها وأنشطة بيعية معيارية لكل مرحلة
- إدارة خط الصفقات بمقاييس التغطية والتحويل وسرعة المبيعات، وعقد مراجعات للصفقات مبنية على الأدلة
- إعداد توقعات المبيعات حسب الفئات ورفع دقتها من خلال انضباط بيانات نظام CRM
- توجيه مندوبي المبيعات عبر لقاءات فردية منظمة ومراجعات صفقات مرتبطة بالمؤشرات القيادية
- بناء خطة تشغيل إدارة المبيعات تغطي الأهداف وقواعد خط الصفقات ومؤشرات الأداء والحوافز وإيقاع التوجيه

الفئة المستهدفة:

- المديرون المسؤولون عن أهداف فرق المبيعات ومناطقها ونتائج الإيرادات
- المشرفون وقادة الفرق المسؤولون عن النشاط اليومي لمندوبي المبيعات وأدائهم
- كبار مندوبي المبيعات المستعدون لتولي مسؤولية قيادة الفريق
- مديرو عمليات المبيعات المسؤولون عن نظام CRM والتقارير وإعداد التوقعات
- مديرو وحدات الأعمال الذين يتحملون هدفا للإيرادات ويقودون فريق مبيعات

محاور الدورة:

اليوم 1: أسس إدارة المبيعات واستراتيجية المبيعات

- خريطة دور مدير المبيعات: التخطيط وخط الصفقات والتنبؤ والتوجيه والقياس
- تفصيل هدف الإيرادات حسب المنتج والشريحة وقناة البيع
- ملف العميل المثالي وتصنيف العملاء بطريقة ABC
- نماذج تغطية المبيعات: البيع الميداني والبيع الداخلي والبيع عبر القنوات
- بطاقة تشخيص الوضع الحالي لفريق المبيعات

اليوم 2: تخطيط المناطق البيعية والحصص ومسار البيع للفريق

- تصميم المناطق البيعية وفق إمكانات الحسابات وموازنة عبء العمل
- نموذج الطاقة البيعية وورقة تخطيط القوى العاملة
- طرق تحديد الحصص البيعية: من الأعلى للأسفل ومن الأسفل للأعلى والطريقة المدمجة
- تعريفات مراحل مسار البيع مع معايير انتقال يتحقق منها المشتري
- تسلسل البيع الاحترافي: دليل البحث عن العملاء واستكشاف الاحتياجات والعرض وإغلاق الصفقة

اليوم 3: إدارة خط الصفقات والتنبؤ بالمبيعات وانضباط بيانات CRM

- نسبة تغطية خط الصفقات وتحليل معدلات التحويل بين المراحل
- معادلة سرعة المبيعات: عدد الصفقات وقيمتها ومعدل الفوز وطول دورة البيع
- فئات التوقع: المؤكد وأفضل حالة وباقي خط الصفقات
- مقارنة طرق التنبؤ المرجح والتنبؤ المبني على البيانات التاريخية
- معايير بيانات نظام CRM: الحقول الإلزامية والخطوات التالية وقواعد تاريخ الإغلاق

اليوم 4: مؤشرات أداء المبيعات والتوجيه ومخاطر أداء الفريق

- تصميم لوحة مؤشرات المبيعات القيادية والنتائجية
- جدول اجتماع مراجعة خط الصفقات وأسئلة فحص الصفقات
- حوار التوجيه الفردي المنظم ونموذج ملاحظة المهارات
- إشارات الخطر في التوقعات: الصفقات المتوقفة وتأجيل تواريخ الإغلاق وخفض التوقعات عمدا
- أساسيات خطط حوافز المبيعات: توزيع الأجر ومسرعات العمولة والسلوكيات غير المقصودة

اليوم 5: تطبيق دراسة الحالة وخطة تشغيل إدارة المبيعات

- حالة متعددة القطاعات: تشخيص فريق مبيعات إقليمي متراجع الأداء
- إعادة بناء المناطق والحصص وخط الصفقات في الحالة مع مناقشة الزملاء
- إيقاع عمل الفريق: دورة المبيعات الأسبوعية والشهرية والفصلية
- صياغة خطة تشغيل إدارة المبيعات لفريق المشارك
- عرض الخطة أمام لجنة مراجعة من الزملاء وتلقي الملاحظات

المهارات التي ستكتسبها:

- تصميم المناطق البيعية
- توزيع الحصص البيعية
- تصميم مسار البيع
- تحليل خط الصفقات
- التنبؤ بالمبيعات
- حوكمة بيانات CRM
- توجيه فرق المبيعات
- قياس أداء المبيعات

لماذا تحضر هذه الدورة:

- استبدال الأهداف غير المنظمة والتوقعات المبنية على الحدس بمنهجية تخطيط وتنبؤ يكررها الفريق كل ربع سنة
- عقد مراجعات أقصر وأدق لخط الصفقات تكشف المخاطر مبكرا وتنتهي بخطوات تالية واضحة لكل صفقة
- اختبار قراراتك في المناطق والحصص والتوجيه أمام زملاء من قطاعات ودول مختلفة عبر حالة واقعية
- العودة بخطة تشغيل إدارة المبيعات بعد مراجعتها من الزملاء، جاهزة للتطبيق مع فريقك

الخاتمة:

تأتي نتائج المبيعات المستقرة من منظومة مدارة لا من جهود فردية استثنائية. تنتقل هذه الدورة من استراتيجية المبيعات وتصنيف العملاء، إلى تصميم المناطق والحصص ومسار البيع، ثم إلى انضباط خط الصفقات والتوقعات وبيانات نظام CRM، وصولا إلى مؤشرات الأداء والتوجيه وخيارات الحوافز التي تشكل سلوك الفريق. ويطبق اليوم الأخير المنهجية على حالة واقعية وعلى فريق كل مشارك، ليخرج بخطة تشغيل إدارة المبيعات التي تضبط إيقاع العمل في الفترات القادمة.