MERCURY

إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B

20 – 24 سبتمبر 2027

بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B

المرجع: 190016_120344 **التاريخ:** 20 – 24 سبتمبر 2027 **المكان:** بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية) **الرسوم:** Euro 7500

المقدمة

تعد هذه الدورة التدريبية في إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B، من أهم المجالات الاستراتيجية التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق النمو المستدام وتعزيز مكانتها في الأسواق المهنية. كما تركز على تطوير فهم شامل لآليات المبيعات الاحترافية في الأسواق التي تعتمد على العلاقات بين الشركات، مع التركيز على استراتيجيات إدارة المبيعات B2B الحديثة وأساليب بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. وسيتعرف المشاركون على كيفية تحليل الأسواق الصناعية وتحديد الفرص التنافسية عبر أدوات تحليل السوق للمبيعات B2B وتطوير خطط مبيعات فعالة. وتستعرض منهجيات إدارة العمليات التجارية B2B التي تساعد المؤسسات على تحسين الكفاءة التشغيلية وتحقيق نتائج بيعية مستدامة.

تركز دورة إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B، على تطوير قدرات المشاركين في إدارة فرق المبيعات B2B وبناء فرق عالية الأداء قادرة على التعامل مع التحديات التنافسية في الأسواق المهنية. كما تناقش أهم تقنيات البيع في بيئة B2B التي تساعد على تقديم قيمة مضافة للعملاء وتعزيز فرص إتمام الصفقات. وتتناول أساليب تحسين الأداء البيعي B2B من خلال تحليل البيانات، ومؤشرات الأداء، وتطبيق أفضل ممارسات المبيعات الاستراتيجية. وتوفر فهماً معمقاً لكيفية تحقيق التنافسية في أسواق B2B من خلال الابتكار، وبناء العلاقات، وتطوير استراتيجيات نمو فعالة. وسيمتلك المشاركون رؤية متكاملة حول تطوير استراتيجيات المبيعات B2B القادرة على تحقيق النمو وتعزيز القدرة التنافسية في الأسواق المؤسسية.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- مدراء المبيعات العاملون في الأسواق المؤسسية.
- مسؤولو تطوير الأعمال في الشركات الصناعية والخدمية.
- المختصون في إدارة العملاء في بيئة B2B.
- مديرو التسويق الاستراتيجي في الشركات الكبرى.
- العاملون في مجال إدارة علاقات العملاء B2B.
- مسؤولو تطوير الأسواق والشراكات التجارية.
- مدراء الحسابات الرئيسية في الشركات.
- خبراء إدارة العمليات التجارية B2B.
- أعضاء فرق المبيعات B2B الراغبون في تطوير مهاراتهم.
- المختصون في تحليل الأسواق الصناعية.
- العاملون في إدارات التسويق والمبيعات المؤسسية.
- الاستشاريون في مجال تطوير الأعمال.
- رواد الأعمال في الأسواق المهنية.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B، سيكون المشاركون قادرين على:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- فهم المفاهيم الحديثة في إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B.
- تحليل خصائص الأسواق المؤسسية واحتياجات العملاء الصناعيين.
- تطوير مهارات المبيعات الاحترافية B2B القائمة على القيمة.
- بناء استراتيجيات فعالة لزيادة الحصة السوقية.
- تطبيق أدوات تحليل السوق للمبيعات B2B في اتخاذ القرار.
- فهم آليات التنافسية في المبيعات B2B في الأسواق العالمية.
- تصميم خطط عملية لتحسين الأداء البيعي في المؤسسات.
- تطوير قدرات إدارة فرق المبيعات B2B بكفاءة عالية.
- تطبيق منهجيات تدريب فرق المبيعات B2B داخل المؤسسات.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لدعم القرارات البيعية.
- تطوير مهارات التفاوض في الصفقات المؤسسية الكبرى.
- تعزيز قدرات بناء العلاقات الاستراتيجية مع العملاء.
- تطبيق أفضل أساليب زيادة المبيعات B2B في الأسواق المهنية.
- تطوير استراتيجيات استراتيجيات نمو المبيعات B2B طويلة المدى.
- تحسين مهارات إعداد العروض البيعية الاحترافية.
- بناء نماذج فعالة لإدارة الحسابات الرئيسية.
- فهم دور الابتكار في تحقيق التنافسية في أسواق B2B.
- تطوير منهجيات قياس الأداء وتحليل النتائج البيعية.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B:

- القدرة على تطبيق استراتيجيات إدارة المبيعات B2B بفعالية.
- مهارات تحليل احتياجات العملاء المؤسسيين.
- القدرة على بناء خطط تطوير استراتيجيات المبيعات B2B.
- إدارة العلاقات الاستراتيجية مع العملاء الرئيسيين.
- تطبيق أدوات إدارة العملاء في بيئة B2B.
- استخدام تقنيات تحليل البيانات في اتخاذ القرار البيعي.
- تطوير مهارات التفاوض المتقدم في الصفقات الكبرى.
- تحسين مهارات تقنيات البيع في بيئة B2B.
- إدارة فرق المبيعات وتحفيز الأداء العالي.
- القدرة على تحقيق تحسين أداء المبيعات في بيئة B2B.
- بناء استراتيجيات فعالة لإدارة الحسابات الرئيسية.
- تعزيز مهارات التواصل والإقناع في البيئات المهنية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

دراسة سيناريوهات

في تدريب إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B، سيطوّر المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

- تحليل حالة شركة صناعية تسعى إلى دخول سوق B2B جديد.
- تقييم أداء فريق مبيعات يواجه منافسة قوية في السوق.
- دراسة سيناريو تطوير استراتيجية زيادة المبيعات B2B.
- تحليل حالة تفاوض مع عميل مؤسسي كبير.
- تقييم استراتيجيات إدارة علاقات العملاء B2B في شركة تقنية.
- دراسة حالة تحسين الأداء البيعي B2B باستخدام البيانات.
- تحليل سيناريو بناء شراكات استراتيجية مع شركات كبرى.
- دراسة نموذج تطوير خطة نمو المبيعات B2B في الأسواق الإقليمية.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: فهم عمليات المبيعات والتنافس في بيئة B2B

- مفهوم إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B.
- خصائص الأسواق المؤسسية مقارنة بالأسواق الاستهلاكية.
- الفرق بين نماذج المبيعات B2B وB2C.
- دور العلاقات الاستراتيجية في نجاح المبيعات المؤسسية.
- مراحل عملية البيع في الأسواق المهنية.
- تحليل العوامل المؤثرة في قرارات الشراء المؤسسية.
- فهم دورة المبيعات الطويلة في الأسواق الصناعية.
- تأثير التحول الرقمي على عمليات المبيعات المؤسسية.
- تحليل الاتجاهات الحديثة في المبيعات الاحترافية B2B.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثانية: استراتيجيات إدارة المبيعات B2B

- مفهوم استراتيجيات إدارة المبيعات B2B في المؤسسات.
- تصميم الهياكل التنظيمية لفرق المبيعات.
- تطوير خطط مبيعات استراتيجية طويلة المدى.
- تحليل الأداء البيعي وتحديد فرص النمو.
- إدارة الحسابات الرئيسية في الشركات الكبرى.
- بناء نماذج فعالة لإدارة العملاء.
- تطوير استراتيجيات تحسين الأداء البيعي B2B.
- استخدام البيانات لدعم القرارات البيعية.

الوحدة الثالثة: تحليل السوق للمبيعات B2B

- أهمية تحليل السوق للمبيعات B2B في التخطيط الاستراتيجي.
- دراسة القطاعات الصناعية المستهدفة.
- تحليل المنافسين في الأسواق المؤسسية.
- تحديد الفرص البيعية الجديدة.
- استخدام أدوات تحليل البيانات السوقية.
- تقييم اتجاهات الطلب في الأسواق المهنية.
- تحليل سلوك المشترين المؤسسيين.
- تطوير استراتيجيات التوسع في الأسواق.

الوحدة الرابعة: إدارة العملاء في بيئة B2B

- مفهوم إدارة العملاء في بيئة B2B.
- بناء علاقات استراتيجية طويلة الأمد مع العملاء.
- تطوير نماذج فعالة لإدارة الحسابات الرئيسية.
- استخدام أنظمة إدارة علاقات العملاء B2B.
- تحسين تجربة العملاء المؤسسيين.
- تطوير برامج الاحتفاظ بالعملاء.
- تحليل قيمة العميل طويلة المدى.
- بناء شراكات استراتيجية مع العملاء.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الخامسة: إدارة فرق المبيعات B2B

- مبادئ إدارة فرق المبيعات B2B الحديثة.
- بناء فرق مبيعات عالية الأداء.
- تطوير برامج تدريب فرق المبيعات B2B.
- تحفيز فرق المبيعات لتحقيق النتائج.
- إدارة الأداء الفردي والجماعي.
- تطوير مهارات القيادة البيعية.
- تعزيز ثقافة الأداء والابتكار في الفرق.
- استخدام مؤشرات الأداء لتقييم الفرق.

الوحدة السادسة: تقنيات البيع في بيئة B2B

- مفهوم تقنيات البيع في بيئة B2B.
- منهجيات البيع الاستشاري في الأسواق المهنية.
- بناء العروض البيعية القائمة على القيمة.
- تطوير مهارات الإقناع والتأثير.
- تحليل احتياجات العملاء المؤسسيين.
- تصميم حلول مخصصة للعملاء.
- إدارة عملية اتخاذ القرار لدى العملاء.
- بناء الثقة في العلاقات البيعية.

الوحدة السابعة: التنافسية في أسواق B2B

- مفهوم التنافسية في أسواق B2B.
- تحليل نقاط القوة والضعف للمنافسين.
- تطوير استراتيجيات التفوق التنافسي.
- بناء ميزة تنافسية مستدامة.
- استخدام الابتكار في استراتيجيات البيع.
- تحليل استراتيجيات التسعير التنافسية.
- إدارة المخاطر في الأسواق التنافسية.
- تطوير استراتيجيات التميز في السوق.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثامنة: أساليب زيادة المبيعات B2B

- مفهوم أساليب زيادة المبيعات B2B.
- تطوير استراتيجيات نمو المبيعات B2B.
- تحليل الفرص البيعية الجديدة.
- استخدام البيع المتقاطع والبيع الإضافي.
- تطوير برامج التوسع في الأسواق.
- تعزيز التعاون بين فرق التسويق والمبيعات.
- تحسين تجربة العملاء لزيادة الإيرادات.
- استخدام البيانات لتحديد فرص النمو.

الوحدة التاسعة: تقييم الأداء البيعي وتحليل البيانات

- مفهوم تحسين أداء المبيعات في بيئة B2B.
- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية للمبيعات.
- استخدام تحليلات البيانات في تقييم الأداء.
- تحليل تقارير الأداء البيعي.
- تقييم كفاءة العمليات البيعية.
- تطوير استراتيجيات تحسين النتائج البيعية.
- قياس عائد الاستثمار في أنشطة المبيعات.
- استخدام التحليلات التنبؤية في التخطيط البيعي.

الوحدة العاشرة: إدارة العمليات التجارية B2B

- مفهوم إدارة العمليات التجارية B2B.
- تصميم عمليات مبيعات فعالة داخل المؤسسات.
- تحسين الكفاءة التشغيلية في إدارة المبيعات.
- تكامل عمليات التسويق والمبيعات.
- إدارة سلسلة القيمة في المبيعات المؤسسية.
- استخدام التكنولوجيا لدعم العمليات البيعية.
- تطوير استراتيجيات تحسين الأداء البيعي B2B.
- بناء نموذج تشغيلي متكامل لإدارة المبيعات.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تؤكد هذه الدورة أن النجاح في إدارة المبيعات والتنافس في بيئة B2B يعتمد على الجمع بين التحليل الاستراتيجي وإدارة العلاقات المهنية بفعالية. كما أن تطوير استراتيجيات إدارة المبيعات B2B يمثل عنصراً أساسياً لتحقيق النمو المستدام في الأسواق المؤسسية. يساهم تطبيق تقنيات تحليل البيانات وتطوير فرق المبيعات في تعزيز تحسين الأداء البيعي B2B داخل المؤسسات. إن المؤسسات التي تعتمد منهجيات احترافية في تطوير استراتيجيات المبيعات B2B تكون أكثر قدرة على تحقيق التميز والتنافسية في الأسواق العالمية.