



مهارات التسويق والهبيعات الأساسية للمحترفين في إدارة الأعمال



مهارات التسويق والمبيعات الأساسية للمحترفين في إدارة الأعمال

المقدمة:

أظهرت دراسة أخيرة أجرتها شركة "ماكينزي" على ما يقارب 15,000 موظف يعملون في شركات تجارية عالمية B2B2C-B2B نوواً أكبر في إيرادات الشركات التي يتمتع موظفوها بقدرات أكثر تقدماً في مجالات التسويق والمبيعات، حتى وصل الفرق إلى أكثر من 30% من متوسط الشركات التي تعمل في ذات القطاع. أصبحت المهارات والقدرات المتقدمة في التسويق والمبيعات العنصر المشترك بين أكثر الشركات نجاحاً، واهتماماً منا بذلك الجانب نقدم هذه الدورة التدريبية التي تتناول مهارات التسويق والمبيعات واستراتيجيات التسويق الرقمي الحديثة التي تزود المهنيين من جميع المستويات والخلفيات برؤية كاملة ومتعمقة ومتعددة الأبعاد في هذه المهارات، لذا تعتبر هذه الدورة التدريبية فرصة لهواة الممارسات الأساسية ومعرفة كيف يمكن لهذه الكفاءات أن تمنح الشركة ميزة تنافسية في السوق المعاصر. ستحصل على كل هذا وأكثر إن قبلت تحدي المشاركة في هذه الدورة التدريبية!

الفئات المستهدفة:

- المهنيين الذين يعملون في مجموعة واسعة من التخصصات مثل التسويق والعلاقات العامة والتواصل والمبيعات والعمليات التشغيلية.
- المهنيين الذين يرغبون في معرفة واكتساب الكفاءات المتقدمة في التسويق والمبيعات، ومن يودون التعهق في مثل هذه المهارات التخصصية المتقدمة.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد نطاق عمليات التسويق والمبيعات وفهم وظائفها وقيمتها المؤسسية.
- إجراء تحقيق فعال لعمليات التسويق للتحقق من البيئة الداخلية والخارجية للشركة في سبيل وضع خطة تسويق متسقة.
- دمج وتزامن الحملات الترويجية عبر الإنترنت وخارجه بفضل الفهم الواضح لوظائف ومنصات التسويق الرقمي.
- إتقان عمليات البيع وتطوير خطط فرص البيع لزيادة إيرادات المبيعات والربحية.
- تطوير معايير التسويق والمبيعات لقياس مستوى الأداء والحرص على ولاءهم مع الأهداف والنتائج المرجوة.

الكفاءات المستهدفة:

- التخطيط التسويقي.
- التدقيق على الجهود التسويقية.
- التسويق الرقمي.
- عمليات المبيعات/ عملية البيع والشراء.
- التخطيط لفرص البيع.
- تقنيات بيع الكهاليات والبيع المتبادل.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، نطاق التسويق والبيع:

- تعريف وظائف التسويق
- تعريف وظائف البيع
- الاختلافات بين التسويق والبيع
- التقدير الذاتي لمدى الاستعداد للبيع
- التقدير الذاتي لمدى الاستعداد للتسويق
- الجهود المشتركة للتسويق والمبيعات SMarketing - التوجه الجديد

الوحدة الثانية، المهارات الأساسية للتسويق:

- المزيج التسويقي: تهيئة المشهد
- فهم البيئة التسويقية
- التقنيات المتنوعة للتحليل التسويقي
- تحليل البيئة التنافسية
- تحليل مايكل بورتر
- تحليل PEST البيئة الخارجية
- إطار العمل المقترح لخطة التسويق
- تحليل SWOT نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر
- تحليل TOWS التحليل التفصيلي لنقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر
- معايير ترتيب أولويات خطط العمل
- إجراء تحقيق شامل لمهارات التسويق
- كتابة خطة تسويق استراتيجية

الوحدة الثالثة، أساسيات التسويق الرقمي:

- التسويق التقليدي مقابل التسويق الرقمي
- المنصات الأساسية للتسويق الرقمي في عالم الأعمال
- حملات البحث المدفوعة والمحفزة
- تحقيق مدى فعالية موقعك الإلكتروني
- تحقيق مبادراتك في وسائط التواصل الاجتماعي

الوحدة الرابعة، المهارات الأساسية للبيع:

- عمليات المبيعات
- أهداف عمليات المبيعات
- مصفوفة التحليل التنافسي
- تصميم عروض تقديمية مؤثرة
- التعامل مع حالات الاعتراضات البيعية
- عمليات البيع والشراء
- التخطيط لفرص المبيعات
- كيف يمكنك التميز عن منافسك
- إنشاء علاقات مهنية قوية
- تحديد الشخصيات المختلفة للمشتريين
- معرفة الأدوار المختلفة للقرار
- اقتناص فرص المبيعات الأكثر أهمية
- التسويق لموظفي المبيعات
- العناصر السبعة الضرورية للتسويق
- نصائح لكسب أفضل المشتريين

الوحدة الخامسة، قياس مدى فعالية جهود التسويق والمبيعات:

- إقامة اجتماعات فعالة بين وحدات التسويق والمبيعات
- نصائح لتعزيز التواصل بين التسويق والمبيعات
- معايير ومؤشرات أداء رئيسية مقترحة للمبيعات
- معايير ومؤشرات أداء رئيسية مقترحة للتسويق
- إنشاء بطاقة فعالة للداء المتوازن