



عملية البيع الغير مباشر وكيفية استقطاب الزبون

بتاريخ	اماكن الإنعقاد	الرسوم (\$)	احجز مقعدك
٢٦ ديسمبر - ٢٠٢٤	دبي	٢٩٠٠	سجل الآن

مقدمة

فضل منافسات الاسواق واتساعها وتعددتها وتنوع احتياجاتها كان لابد من الاتجاه الفعلي الي عملية البيع الغير مباشر والذي يتمثل في بيع و تسويق المنتجات والخدمات خارج نطاق تصنيعها معتمدين بذلك على الوكلاء الهوليين بالبيع وشبكة الموزعين المنتشرين بالتجزئة على نطاق محلي او دولي وذلك للعمل على سرعة الانتشار وقوة وتغطيه اكبر قدر ممكن من الاسواق وكان للشبكة العنكبوتية عامل السحر والركيزه الاساسية في نظم عمليات البيع الغير مباشر

أهداف البرنامج

- تعريف المشاركين الفهور والفرق بين عمليات البيع المباشر والغير مباشر
- تعريف المشاركين فوائد ومميزات قنوات البيع المتعدده وخصوصا البيع الغير مباشر
- تعريف المشاركين المهارات الواجب توافرها في عمليات البيع الغير مباشر
- استراتيجيات تحديد نطاقات البيع الغير مباشر
- التفاوض و دراسة السوق للوكلاء

- استراتيجيات احدث القنوات التكنولوجية في عملية البيع وقواعدها
- تزويد المشاركين بههارات إدارة المبيعات الفعّالة، والبيع الغير مباشر
- الاستراتيجيات الأساسية للتفاوض البيعي
- وتنمية المهارات البيعية، وكيفية استقطاب العملاء والحفاظة عليهم
- خطط جذب واستقطاب الزبائن
- احدث الاستراتيجيات في استقطاب الزبائن

المشاركون

- مديرو المبيعات.
- رؤساء أقسام البيع في مؤسسات القطاع التجاري والصناعي والخدمي.

محتويات البرنامج :

أبعاد ومعايير لعبة البيع:

دور البائع وعملية البيع

- البيع (الترويج / العرض / التوصيل)
- الخدمة
- واجبات إدارية
- التحضير للبيع و زيارة البيع المخططة
- الإنتاج
- التقصي
- العرض
- إتمام البيع

عملية البيع الغير مباشر

- مفهوم البيع الغير مباشر
- طرق وقنوات البيع الغير مباشر
- الوكلاء وبائعي التجزئه
- استراتيجيات البيع الغير مباشر

التحضير الجيد للبيع الغير مباشر

- دراسة الزبون المستهدف
- وضع خطة الاجتهاع و طرق مفاهيم البيع
- معرفة خصائص الزبائن و احتياجات المناطق
- التحضير الشخصي ومهارات التفاوض مع الوكلاء والموزعين
- خطوات البيع الناجحة
- الطرق الحديثة للبيع الغير مباشر
- ايقاظ الرغبة لدى الزبون للاسواق الداخلية والخارجية

مهارات جذب واستقطاب الزبون:

- الدقة في طرح مواصفات المنتج والتعامل
- الموازنة بين الجدية وبين التعامل الودي
- مواصفات التميز في منتج البيع
- استراتيجيات تطوير المنتجات للتماشى مع احتياجات الزبائن
- مواصفات وكلاء توزيع وبيع المنتجات
- سياسات ها بعد البيع
- سياسات متابعة اعمال الموزعين والوكلاء

استقطاب عملاء جدد:

- المميزات التنافسية
- التحليل التنافسي
- تحديد ووصف العملاء المحتملين

- خطة العمل الفردية


الأخطاء الشائعة في المبيعات:

- عدم الإصغاء إلى الزبون المحتمل
- عدم تفهم الزبون المحتمل
- التشتت الذهني
- عدم تدوين الملاحظات
- عدم المتابعة
- توقف الإتصال مع الزبائن السابقين
- عدم تنظيم أدوات البيع
- عدم إستخدام البراهي

أساليب التدريب :

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية

00201126467555 

info@bptcenter.com 

www.bptcenter.com 