



دورة:
التسويق والهيئات وخدمة العملاء

2026 - 22 نوفمبر
القاهرة (مصر)

التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

رمز الدورة: SM12427 تاريخ الإنعقاد: 22 - 26 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - رسوم الإشتراك: Euro

مقدمة البرنامج التدريبي

يعد هذا البرنامج التدريبي نقطة البداية لأي محترف يطمح للعمل في مجالات التسويق، المبيعات، أو خدمة العملاء. يهدف البرنامج إلى تأهيل المشاركين لفهم أساسيات العمل في هذه المجالات، وتطوير مهاراتهم العملية والنظرية بما يمكنهم من تحقيق الأداء المتميز ورفع جودة التفاعل مع العملاء وتحقيق الأهداف المؤسسية.

أهداف الدورة

بنهاية الدورة سيتمكن المشاركون من:

- التأهيل للعمل في وظائف التسويق والمبيعات وخدمة العملاء.
- فهم دور التسويق في المؤسسات وتطبيق استراتيجياته.
- تطبيق خطوات عملية البيع وتحديد الحاجة لكل خطوة.
- تحليل وتطبيق مبادئ المفاوضات الناجحة والتعامل مع الاعتراضات.
- التعرف على أساسيات خدمة العملاء وأثرها على رضا العميل واستمرارية الأعمال.

الفئات المستهدفة

- الأفراد العاملون في المبيعات وخدمة العملاء.
- مهنيو تطوير الأعمال الذين يسعون لتطوير مهاراتهم العملية.
- المرشحون لوظائف التسويق والمبيعات وخدمة العملاء.
- أي شخص يرغب في صقل مهاراته في التواصل، البيع، وخدمة العملاء.

الكفاءات المستهدفة

- مواءمة احتياجات العملاء وبناء علاقات فعّالة.
- التخطيط التسويقي ومراجعة الجهود التسويقية.
- إدارة عمليات المبيعات ومهارات البيع الشخصية.
- فهم التسويق الرقمي واستراتيجيات بناء العلامة التجارية.
- التعامل مع الاعتراضات والشكاوى بطريقة احترافية.
- إدارة تجربة العميل وجمع المعلومات وتحليل السوق.

محاور البرنامج التدريبي

اليوم الأول: أساسيات التسويق

- التسويق وموقعه في الشركات ومنظمات الأعمال.
- البيئة الداخلية والخارجية وتأثيرها على التسويق.
- القوى التنافسية وفق نموذج بورتر: المنافسون الجدد، المنتجات البديلة، حدة المنافسة، قدرة الموردين والمشتريين على المساومة.
- تقسيم السوق Segmentation Market: المزايا والأساليب وحجم السوق المستهدف واستهداف الشريحة السوقية.
- المزيج التسويقي 4P: المنتج، السعر، التوزيع، الترويج.
- المزيج الترويجي: الإعلان، ترويج المبيعات، العلاقات العامة، البحوث التسويقية.

اليوم الثاني: التخطيط التسويقي واستراتيجية العلامة التجارية

- التسويق الاستراتيجي وأهمية إعداد خطة تسويقية.
- خطوات إعداد خطة تسويقية عملية وواقعية.
- بناء العلامة التجارية Branding.
- ورشة عمل: تصميم خطة تسويقية قصيرة المدى.

اليوم الثالث: أساسيات المبيعات وإدارة المبيعات

- إدارة المبيعات ودورها في الشركات ومنظمات الأعمال.
- التنبؤ بالمبيعات: المفاهيم والأساليب الكيفية والكمية، وأهمية التنبؤ.
- أدوات متابعة عمليات البيع.
- مفهوم البيع الشخصي ومؤهلات ومسؤوليات مندوب المبيعات.
- سلوكيات المشتري وعملية البيع.
- التخطيط وإجراء مكالمات البيع بالتليفون.
- مهارات التواصل والتفاوض لمندوبي المبيعات.

اليوم الرابع: مهارات البيع وخدمة العملاء

- تحليل وتطبيق مبادئ المفاوضات الناجحة والتعامل مع الاعتراضات.
- دور خدمة العملاء في الشركات ومنظمات الأعمال.
- العوامل المؤثرة في رضا العملاء وأنواع العملاء.
- التواصل مع العملاء باحترافية والتعامل مع الشكاوى.
- ورشة عمل: حالات عملية لمحاكاة مواقف البيع وخدمة العملاء.

اليوم الخامس: التكامل بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

- مواومة احتياجات العملاء وبناء العلاقات والتواصل الفعال.
- التخطيط لفرص البيع وتقنيات البيع المتقدم.
- استخدام التسويق الرقمي لدعم المبيعات وخدمة العملاء.
- تقييم الأداء وقياس النتائج.
- ورشة عمل ختامية: تطبيق جميع المحاور العملية من التسويق والمبيعات وخدمة العملاء على حالة عملية شاملة.