دورة:

مهارات التسويق والمبيعات الأساسية للمحترفين في إدارة الأعمال

22 - 26 يونيو 2026

لندن (المملكة المتحدة)

مهارات التسويق والمبيعات الأساسية للمحترفين في إدارة الأعمال

رمز الدورة: SM12424 **تاريخ الإنعقاد:** 22 - 26 يونيو 2026 **دولة الإنعقاد:** **لندن (المملكة المتحدة)** - **رسوم الإشتراك:** 5775 Euro

مقدمة البرنامج التدريبية

في عالم الأعمال الحديث، أصبح التسويق والمبيعات جزءًا لا يتجزأ من نجاح أي مؤسسة. فهم **أساسيات التسويق واستراتيجيات البيع** وكيفية دمجها مع التسويق الرقمي هو ما يضمن تحقيق النمو وزيادة الإيرادات.

تقدم هذه الدورة التدريبية **نظرة شاملة وعملية** على جميع عناصر التسويق والمبيعات، من التخطيط والتحليل إلى التنفيذ وقياس الأداء، مع التركيز على **التطبيق العملي من خلال تمارين جماعية وحالات واقعية**.

تهدف الدورة إلى تمكين المشاركين من تطوير **مهارات التسويق الرقمي والتقليدي، وإتقان عمليات البيع، وتحسين التفاعل مع العملاء**، مما يعزز الأداء المؤسسي ويحقق نتائج ملموسة

أهداف البرنامج

بنهاية الدورة سيتمكن المشاركون من:

1. **فهم نطاق عمليات التسويق والمبيعات** ودور كل منهما وقيمتهما داخل المؤسسة.
2. **إجراء تدقيق شامل للجهود التسويقية** لتقييم البيئة الداخلية والخارجية للشركة ووضع خطة تسويق متكاملة.
3. **دمج وتزامن الحملات الترويجية** عبر الإنترنت وخارجه باستخدام فهم متكامل لوظائف التسويق الرقمي.
4. **إتقان عمليات البيع** وتطوير خطط فرص البيع لزيادة الإيرادات والربحية.
5. **تطوير معايير الأداء التسويقي والبيعي** لضمان مواءمتها مع الأهداف الاستراتيجية للشركة.

الفئات المستهدفة

- جميع العاملين في مجالات الأعمال، بما في ذلك:
    - المدراء التنفيذيون ورؤساء الأقسام.
    - مدراء التسويق والمبيعات.
    - أي شخص يرغب في **تحسين مهاراته في التسويق والمبيعات**.

الكفاءات المكتسبة

- التخطيط الاستراتيجي للتسويق.
- تدقيق الجهود التسويقية وتحليلها.
- إدارة الحملات التسويقية الرقمية والتقليدية.
- مهارات عمليات البيع والشراء.
- التخطيط لفرص البيع واستراتيجيات البيع المتقدم بيع الكماليات والبيع المتبادل.

محاور البرنامج التدريبية

اليوم الأول: نطاق التسويق والبيع

- تعريف وظائف التسويق ووظائف البيع.
- الاختلافات بين التسويق والبيع.
- التقييم الذاتي لمدى الاستعداد للتسويق والبيع.
- الجهود المشتركة للتسويق والمبيعات **SMarketing**- التوجه الحديث.

اليوم الثاني: الممارسات الأساسية للتسويق

- **المزيج التسويقي**: إعداد المشهد الاستراتيجي.
- فهم البيئة التسويقية والتحليل التنافسي.
- أدوات التحليل:
  - تحليل القوى التنافسية Forces Five s‘Porter.
  - تحليل البيئة الخارجية PEST.
  - تحليل SWOT وTOWS.
- وضع أولويات خطط العمل وإجراء تدقيق شامل لممارسات التسويق.
- كتابة خطة تسويق استراتيجية متكاملة.

اليوم الثالث: أساسيات التسويق الرقمي

- الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي.
- المنصات الأساسية للتسويق الرقمي.
- إدارة الحملات الرقمية المدفوعة والمجانية.
- تدقيق فعالية الموقع الإلكتروني ومبادرات وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الرابع: الممارسات الأساسية للبيع

- عمليات البيع وأهدافها.
- التحليل التنافسي وتصميم عروض تقديمية مؤثرة.
- التعامل مع اعتراضات العملاء وحالات البيع المعقدة.
- التخطيط لفرص المبيعات والتميز عن المنافسين.
- بناء علاقات مهنية قوية وفهم الشخصيات المختلفة للمشترين.
- التسويق لموظفي المبيعات: **العناصر السبعة الأساسية** ونصائح لكسب أفضل المشترين.

اليوم الخامس: قياس فعالية التسويق والمبيعات

- إقامة اجتماعات فعّالة بين وحدات التسويق والمبيعات.
- تعزيز التواصل بين الفرق المختلفة.
- وضع معايير ومؤشرات الأداء الرئيسية للمبيعات والتسويق.
- إنشاء **بطاقة أداء متوازن Scorecard Balanced** لمراقبة الأداء