

دورة قيادة المبيعات والتسويق في صناعة البتروكيماويات: شرائح العملاء والتسعير والتعاقد

27 سبتمبر – 1 أكتوبر 2027

دبي - Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road





دورة قيادة المبيعات والتسويق في صناعة البتروكيماويات: شرائح العملاء والتسعير والتعاقد

المرجع: 26032_458 التاريخ: 27 سبتمبر – 1 أكتوبر 2027 المكان: دبي - Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road الرسوم: GBP 4000

ملخص البرنامج

المبيعات والتسويق في البتروكيماويات محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لقادة التسويق والمبيعات والأعمال بمستوى إداري، ويخرج منها كل مشارك بخطة تجارية لسلسلة منتجات واحدة. فكثير من المنتجين والتجار يبيعون بالعادة، فيسعون كل عميل على آخر صفقة، فيتبع الهامش السوق بدل أن تصنعه القرارات. ويتدرج البرنامج من بنية السوق وهوامشه إلى تشخيص المحفظة والعملاء وموقع السعر، ثم تصميم الشرائح والتسعير والعقود والقنوات، وصولاً إلى التطبيق. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في المبيعات والتسويق في البتروكيماويات لقيادات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

تباع منتجات البتروكيماويات في دورات يتناوب فيها شح الإمداد ووفرته، وتتحرك الأسعار مع المواد الأولية والطاقة الإنتاجية والطلب. وحين تتصرف الفرق التجارية منتجاً بمنتج تقبل حجوماً ضعيفة الهامش في السنوات الجيدة وتفقد حسابات في السنوات الضعيفة. أما القادة الذين يعرفون أين يتكون الهامش، ويقسمون العملاء بحسب القيمة، ويضعون قواعد التسعير والتعاقد مسبقاً، فيحمون العوائد عبر الدورة ويمنحون المصانع صورة أثبت للطلب.

- صلابة الهامش: تتحسن حين ترتبط قواعد التسعير بالمواد الأولية وموقع الدورة.
- جودة محفظة العملاء: تقوى حين تقسم الحسابات بحسب القيمة والمخاطر والنمو.
- موثوقية توقعات المبيعات: ترتفع حين تمنح هياكل العقود قاعدة طلب أوضح.

المبادئ والأساس المعرفي

- تحليل سلسلة القيمة في قطاع البتروكيماويات: يُوَظَر خريطة الهامش والموقع المبنية في الجلستين 1 و 2.
- تقسيم السوق وتحليل المحفظة: يوجهان اختيارات العملاء والمنتجات في الجلستين 2 و 3.
- تحليل الدورات وتكوين الأسعار المستمد من تقارير أسواق السلع: يسند قواعد التسعير والتعاقد المصممة في الجلسة 3.



المشاركون المستهدفون

- القادة التجاريون المسؤولون عن الهامش والحجم في مجموعة منتجات.
- قادة التسويق الذين يحددون الشرائح والعروض ومعلومات السوق.
- رؤساء وحدات الأعمال الذين يقررون أي المنتجات والعملاء يجب تنميتها.
- قادة التداول والعقود الذين يضعون الشروط ويديرون انكشاف الأطراف المقابلة.

يأتي المشاركون عادة من منتجي البتروكيماويات وتوزيع الكيماويات وبيوت التداول والتصنيع اللاحق.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص أين يتكون الهامش وأين يضع على امتداد سلسلة منتجات بتروكيماوية.
2. سيكون المشاركون قادرين على تقييم محفظة المنتجات والعملاء بحسب القيمة والمخاطر والنمو.
3. سيكون المشاركون قادرين على بناء شرائح للعملاء وعرض لكل شريحة.
4. سيكون المشاركون قادرين على تبرير قواعد تسعير تستجيب للمواد الأولية وموقع الدورة.
5. سيكون المشاركون قادرين على تصميم هياكل العقود وقنوات البيع لكل شريحة.
6. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب الإجراءات التجارية بحسب الأولوية في خطة لسلسلة منتجات واحدة.

هيكل البرنامج

اليوم 1: المبيعات والتسويق في البتروكيماويات وبنية السوق

كيف يبنى السوق، وأين يتكون الهامش على امتداد السلسلة؟

- خريطة سلسلة القيمة البتروكيماوية
- قراءة ميزان العرض والطلب
- سلم الهامش من المادة الأولية إلى المنتج
- ورقة مؤشرات مرحلة الدورة
- مخطط الأدوار التجارية وصلاحيات القرار

اليوم 2: تشخيص المحفظة والعملاء وموقع السعر

أي المنتجات والعملاء يستحق مكانه، وأين يضعف موقع السعر؟



- بطاقة هامش المنتجات وحجومها
- مصفوفة قيمة العملاء ومخاطرهم
- جدول مقارنة موقع السعر
- ورقة مقارنة عروض المنافسين
- سجل مراجعة الصفقات الفائزة والخاسرة

اليوم 3: تصميم الشرائح والتسعير والعقود

كيف يجمع العملاء ويسعون ويتعاقد معهم ليصمد الهامش عبر الدورة؟

- قالب تقسيم العملاء إلى شرائح
- ورقة تعريف عرض كل شريحة
- مجموعة معادلة التسعير وقواعد الحد الأدنى
- جدول خيارات هياكل العقود
- دليل حدود انكشاف الأطراف المقابلة

اليوم 4: قنوات البيع والحسابات والحوكمة التجارية

كيف تنظم القنوات والحسابات الرئيسة والقرارات التجارية وتضبط؟

- مقارنة بين البيع المباشر والبيع عبر الموزعين
- صيغة خطة الحسابات الرئيسة
- مراجعة قناة المبيعات والتوقعات
- جدول صلاحيات اعتماد الصفقات
- تصميم لوحة الأداء التجاري

اليوم 5: تطبيق المبيعات والتسويق في البتروكيماويات على سلسلة منتجات واحدة

هل الخطة التجارية جاهزة لعرضها على الفريق التنفيذي؟

- تطبيق خريطة الهامش من الجلسة 1 على السلسلة
- اختبار بطاقات الجلسة 2 على بيانات السلسلة
- اختيار شرائح الجلسة 3 وقواعد التسعير
- التدريب على خيارات الحسابات والقنوات في الجلسة 4
- إنجاز الخطة التجارية لسلسلة المنتجات



المنهجية

يقوم البرنامج على تحليل الحالات، مستندا إلى جداول هوامش وقوائم عملاء وشروط عقود مجهولة المصدر من أعمال الكيماويات الأساسية والبوليمرات. يحلل المشاركون البيانات في مجموعات صغيرة، ويتخذون مواقف تجارية، ويدافعون عنها أمام أقران يؤدون دور العملاء وزملاء المالية، ويتلقون ملاحظات الميسر على كل مخرج قبل دخوله في الخطوة النهائية.

- نشاط مقترح: ترتيب عشرة عملاء بحسب القيمة والمخاطر واختيار من يجب تنميته أو إبقاؤه أو الخروج منه.
- نشاط مقترح: وضع قاعدة تسعير لمنتج في ثلاث مراحل من الدورة.
- نشاط مقترح: مقارنة عقد فوري وعقد بمعاملة وعقد بسعر ثابت المدة لحساب واحد.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة تجارية لسلسلة منتجات واحدة. وتضم خريطة للهامش، وبطاقة للمنتجات والعملاء، وشرائح للعملاء مع عروضها، وقواعد للتسعير والتعاقد، وخطة للقنوات والحسابات، ومجموعة من المقاييس. وتستخدم الخطة في العمل للاتفاق مع الزملاء التنفيذيين على الاتجاه التجاري وإحاطة فرق المبيعات.

الأسئلة الشائعة

هل تناسب المبيعات والتسويق في البتروكيماويات القادة الذين لم يقودوا فريقا تجاريا من قبل؟

نعم، فالمبيعات والتسويق في البتروكيماويات تدرس بمستوى إداري، وتفترض مسؤولية عن مجموعة منتجات أو قاعدة عملاء أو فريق تجاري، لا عملا سابقا في الاستراتيجية.

على أي نماذج تقوم المبيعات والتسويق في البتروكيماويات في هذا البرنامج؟

تقوم المبيعات والتسويق في البتروكيماويات هنا على تحليل سلسلة القيمة، وتقسيم السوق وتحليل المحفظة، وتحليل الدورات وتكوين الأسعار من تقارير أسواق السلع.

كيف تستخدم الخطة التجارية الناتجة عن المبيعات والتسويق في البتروكيماويات في العمل؟

تستخدم الخطة التجارية للاتفاق مع الإدارة التنفيذية على الاتجاه، ووضع قواعد التسعير والتعاقد، وإحاطة فرق المبيعات والتداول بالأولويات.



بماذا تختلف المبيعات والتسويق في البتروكيماويات عن برنامج في تشغيل المصانع البتروكيماوية؟

تركز المبيعات والتسويق في البتروكيماويات على العملاء والأسعار والعقود، بينما يركز تشغيل المصانع البتروكيماوية على الإنتاج والموثوقية وأداء العمليات.