

دورة إدارة أداء المبيعات المصرفية: مسار البيع والحوافز وسلوك الفريق

22 – 26 مارس 2027

دبي - Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road





دورة إدارة أداء المبيعات المصرفية: مسار البيع والحوافز وسلوك الفريق

المرجع: 671_33274 التاريخ: 22 - 26 مارس 2027 المكان: دبي - Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road الرسوم: GBP 4000

ملخص البرنامج

إدارة أداء المبيعات المصرفية محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لرؤساء الخدمات المصرفية للأفراد وقادة شبكات الفروع ومديري المبيعات، ويخرج منها كل مشارك بخطة أداء مبيعات لخط أعمال واحد. تضع البنوك أهدافا للمبيعات، لكن رؤيتها لجودة مسار البيع وأثر الحوافز وسلوك البيع كثيرا ما تكون مجزأة. وينتقل البرنامج من التشخيص إلى وضع الأهداف وضبط مسار البيع وتصميم الحوافز والتوجيه الميداني وضوابط السلوك، بحالات من الفروع والقنوات الرقمية وفرق العلاقات. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في إدارة أداء المبيعات المصرفية لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

تتوقف نتائج المبيعات في البنك على قرارات صغيرة كثيرة يتخذها مديرو الفروع ومسؤولو العلاقات وفرق المنتجات. وبغيا بمقاييس موحدة يرى القادة الأحجام ولا يرون جودة مسار البيع ولا كلفة الحوافز ولا مخاطر السلوك التي تولدها الأهداف الضاغطة. أما الأسلوب المشترك فيمنح الإدارة العليا أساسا لوضع أهداف واقعية وتوجيه جهد التدريب الميداني والحكم على الفروع بإنصاف.

- إنتاجية المبيعات: تتحسن حين تقاس مراحل مسار البيع ونقاط التحويل ويديرها القادة.
- نتائج العملاء: تتحسن حين تختبر الأهداف والحوافز بمعيار الملاءمة والاحتفاظ بالعملاء.
- مخاطر السلوك: تنخفض حين يراجع ضغط البيع في ضوء ضوابط سلوك متفق عليها.

المبادئ والأساس المعرفي

- مبادئ قمع المبيعات: تقسم الطريق من العميل المحتمل إلى البيع إلى مراحل قابلة للقياس، وتطبق في الجلستين 2 و3.
- مبادئ تصميم الحوافز: تربط المكافأة بنتائج تخدم البنك والعمل معا، وتطبق في الجلسة 3.
- مبادئ إيقاع التوجيه الميداني: تحول بيانات الأداء إلى ملاحظات منتظمة مبنية على المشاهدة، وتطبق في الجلسة 4.
- مبادئ ضوابط السلوك: تضع الفحوص على ممارسات البيع حيث يشتد الضغط، وتطبق في الجلستين 4 و5.



المشاركون المستهدفون

- رؤساء الخدمات المصرفية للأفراد الذين يضعون طموحات المبيعات ويوزعون الأهداف على المناطق والقنوات.
- قادة شبكات الفروع الذين يحولون الأهداف إلى خطط وإجراءات توجيه ومراجعات أسبوعية.
- مديرو المبيعات الذين يتولون تقارير مسار البيع وأنظمة الحوافز وطاقمة فرق المبيعات.
- شركاء المنتجات والمخاطر والمالية الذين يختبرون مدى تحمل خط البيع وملاءمتها للعملاء.

يأتي المشاركون عادة من البنوك التجارية والبنوك الرقمية وشركات التأمين التي تبيع عبر الفروع.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص محركات نتائج المبيعات عبر الفروع والقنوات الرقمية وفرق العلاقات.
2. سيكون المشاركون قادرين على بناء مجموعات أهداف تعكس شرائح العملاء والطاقة المتاحة وإمكانات السوق.
3. سيكون المشاركون قادرين على تقييم مراحل مسار البيع ونقاط التحويل لتحديد مواضع فقدان المبيعات.
4. سيكون المشاركون قادرين على تبرير نظام حوافز باختبار أثره في السلوك والكلفة.
5. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب أولويات إجراءات التوجيه الميداني لفرق المبيعات من بيانات أداء مرصودة.
6. سيكون المشاركون قادرين على تقدير ممارسات البيع في ضوء ضوابط السلوك واقتراح إجراءات رقابية تصحيحية.

هيكل البرنامج

اليوم 1: تشخيص أداء المبيعات المصرفية

ما الذي يفسر نتائج المبيعات التي يحققها البنك اليوم؟

- شجرة محركات نتائج المبيعات
- خريطة إسهام شرائح العملاء
- مقارنة مزيج القنوات
- تحليل تباين أداء الفروع
- ورقة تشخيص أداء المبيعات

اليوم 2: الأهداف والطاقة والتخطيط

كيف توضع الأهداف بحيث تكون قابلة للتحقيق وموزعة بإنصاف؟



- تقدير إمكانات السوق
- نموذج تفريع الأهداف
- مراجعة طاقة البيع وتوزيع الوقت
- مصفوفة أولويات المنتجات
- نموذج خطة المبيعات

اليوم 3: ضبط مسار البيع وتصميم الحوافز

أين تضيع المبيعات في المسار، وماذا تشجع الحوافز؟

- ورقة تعريف مراحل المسار
- تحليل نقاط التحويل
- تتبع جودة العملاء المحتملين والإحالات
- مقارنة خيارات أنظمة الحوافز
- اختبار كلفة الحوافز وأثرها في السلوك

اليوم 4: التوجيه الميداني وضوابط السلوك

كيف يحسن القائد ممارسة البيع دون رفع مخاطر السلوك؟

- دليل مشاهدة التوجيه الميداني للمبيعات
- إجراء المراجعة الأسبوعية للأداء
- فحص الملاءمة عند نقطة البيع
- مراجعة مؤشرات الشكاوى والبيع المضلل
- جدول رقابة ضوابط السلوك

اليوم 5: خطة أداء المبيعات لخط أعمال واحد

هل تدعم الأهداف ومقاييس المسار والحوافز والضوابط خطة واحدة قابلة للتنفيذ؟

- تطبيق ورقة تشخيص أداء المبيعات من الجلسة 1
- اختبار نموذج تفريع الأهداف من الجلسة 2
- مراجعة اختبار كلفة الحوافز وأثرها من الجلسة 3
- فحص جدول رقابة ضوابط السلوك من الجلسة 4
- إنجاز خطة أداء مبيعات الأفراد



المنهجية

يقوم البرنامج على ورشة بيانات تعتمد على حالة مشتركة لبنك للأفراد له عدة فروع وقناة رقمية وفريق علاقات. يبني المشاركون كل مخرج على بيانات مبيعات ومسار بيع جاهزة، ثم يكييفونه مع خط أعمالهم.

- نشاط مقترح: تتبع المبيعات المفقودة عبر مسار البيع لمجموعة فروع.
- نشاط مقترح: مقارنة نظامي حوافز من حيث الكلفة والسلوك المتوقع.
- نشاط مقترح: التدريب على حوار توجيهي انطلاقاً من ورقة مشاهدة.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة أداء مبيعات لخط أعمال واحد في الخدمات المصرفية للأفراد. وتضم الخطة ورقة تشخيص وتفريعا للأهداف ومجموعة مقاييس للمسار واختبارا لخيارات الحوافز وجدولا لضوابط السلوك. وتستخدم الخطة في العمل لإحاطة مديري المناطق والاتفاق على الأهداف مع الإدارة العليا وتحديد إجراء المراجعة الأسبوعية.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب تدريب إدارة أداء المبيعات المصرفية القادة الذين ليست لهم خلفية في المبيعات؟

نعم، فإدارة أداء المبيعات المصرفية تدرس بحالات ونماذج جاهزة، ويفترض التدريب خبرة في الخدمات المصرفية للأفراد أو المالية أو العمليات دون مؤهل رسمي في المبيعات.

على أي مبادئ يقوم تدريب إدارة أداء المبيعات المصرفية؟

يقوم تدريب إدارة أداء المبيعات المصرفية على مبادئ قمع المبيعات وتصميم الحوافز وإيقاع التوجيه الميداني وضوابط السلوك، ولا يحكم الموضوع معيار واحد.

كيف تستخدم الخطة الناتجة عن تدريب إدارة أداء المبيعات المصرفية في العمل؟

تستخدم خطة أداء مبيعات الأفراد لإحاطة مديري المناطق والاتفاق على الأهداف مع الإدارة العليا ومتابعة مقاييس المسار والسلوك في مراجعة أسبوعية.

بماذا تختلف إدارة أداء المبيعات المصرفية عن تدريب إدارة علاقات العملاء؟

تركز إدارة أداء المبيعات المصرفية على الأهداف والمسار والحوافز والتوجيه الميداني لفرق المبيعات، بينما يتناول تدريب إدارة علاقات العملاء الأنظمة والبيانات ورحلات خدمة العملاء.