دورة إدارة المبيعات الهاتفية: أهداف التحويل وتصميم العروض وضوابط البيع العادل

20 – 24 سبتمبر 2027

الدار البيضاء

دورة إدارة المبيعات الهاتفية: أهداف التحويل وتصميم العروض وضوابط البيع العادل

المرجع: 761_36338 **التاريخ:** 20 – 24 سبتمبر 2027 **المكان:** الدار البيضاء **الرسوم:** GBP 4000

ملخص البرنامج

إدارة المبيعات الهاتفية محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لرؤساء المبيعات الهاتفية الواردة والصادرة والمديرين التجاريين على المستوى الإداري، ويخرج منها كل مشارك بخطة تشغيل لفريق مبيعات واحد. كثيرا ما تلاحق الفرق الهاتفية عدد المكالمات بينما تبقى العروض والنصوص وقواعد الإضافات دون اختبار، فيشعر العميل بالإلحاح لا بالقيمة. وينتقل البرنامج من مسار المبيعات إلى تشخيص الصفقات الضائعة، ثم تصميم العروض والأهداف وقواعد السلوك، ثم خطة يعتمدها الراعي. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في إدارة المبيعات الهاتفية لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

تتحدد نتائج المبيعات الهاتفية بقرارات تسبق المكالمة بوقت طويل: من يتصل به الفريق، وأي عرض يقدم، وكيف يقاس النجاح. والأهداف التي تكافئ العدد وحده تدفع الموظفين إلى الإلحاح وتزيد الشكاوى. وتتيح العروض المختبرة وقواعد السلوك السليمة والتدريب المنتظم للمدير رفع نسبة التحويل مع حفظ ثقة العميل وتفسير النتيجة للراعي المالي.

- نسبة التحويل: ترتفع حين تختبر العروض وافتتاحيات المكالمات ومعالجة الاعتراضات وتحسن.
- متوسط قيمة الطلب: ينمو حين تطابق قواعد البيع الإضافي والبيع المتقاطع الإضافات مع حاجة العميل.
- الإلغاءات والشكاوى: تنخفض حين تكتب قواعد سلوك البيع وتراقب ويدرب عليها الفريق.

المبادئ والأساس المعرفي

- ISO 18295-1 معيار متطلبات مراكز الاتصال بالعملاء: يوفر متطلبات الخدمة التي تراجع بها قواعد سلوك البيع ومراقبة المكالمات في الجلستين 3 و4.
- تحليل مسار التحويل: ينظم قياس القوائم والاتصالات والعروض والصفقات المغلقة في الجلستين 1 و2.
- الاختبار المقارن المضبوط: يحكم المقارنة بين عرضين أو افتتاحيتين للمكالمة تصممان في الجلسة 3.
- تحليل باريتو: يوجه التشخيص نحو القلة من الأسباب التي تفسر معظم الصفقات الضائعة والإلغاءات، ويطبق في الجلسة 2.

المشاركون المستهدفون

- رؤساء المبيعات الهاتفية المسؤولون عن إيراد المكالمات الواردة والصادرة.
- المديرون التجاريون الذين يحددون العروض والأهداف وقواعد الحوافز.
- مديرو مراكز الاتصال الذين يضيفون البيع إلى عملية خدمة قائمة.
- قيادات الجودة والتدريب التي تراقب المكالمات وتطور قادة الفرق.

تشمل البيئات المعتادة قطاعات الاتصالات والتأمين والخدمات المصرفية للأفراد والتجزئة وخدمات الاشتراك.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص مواضع فقدان العملاء المحتملين في مسار المبيعات الهاتفية بالاعتماد على بيانات المكالمات والنتائج.
2. سيكون المشاركون قادرين على بناء عروض وقواعد إضافات تطابق حاجة العميل.
3. سيكون المشاركون قادرين على تقييم عرضين متنافسين عبر اختبار مضبوط.
4. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب أولويات أهداف التحويل والحوافز بما يتجنب البيع بالإلحاح.
5. سيكون المشاركون قادرين على تصميم روتين تدريب مبني على نتائج مراجعة المكالمات.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير خطة تشغيل المبيعات الهاتفية أمام راع تجاري.

هيكل البرنامج

اليوم 1: إدارة المبيعات الهاتفية ومسار المبيعات

من أين يأتي الإيراد في عملية المبيعات الهاتفية، وكيف يقاس؟

- خريطة مسار التحويل
- نماذج المكالمات الواردة والصادرة
- فحص جودة العملاء المحتملين والقوائم
- شجرة مؤشرات الإيراد
- ورقة خط الأساس للنتائج

اليوم 2: تشخيص الصفقات الضائعة والإلغاءات

لماذا ينسحب العملاء المحتملون، وأي الأسباب أكثر أثرا؟

- إطار ترميز نتائج المكالمات
- مخطط باريتو للصفقات الضائعة
- تحليل سجل الاعتراضات
- مراجعة الإلغاءات والمرتجعات
- تمرين تقييم عينة من المكالمات

اليوم 3: تصميم العروض وقواعد البيع الإضافي والاختبارات

أي العروض والإضافات تناسب العميل، وكيف يثبت ذلك؟

- مصفوفة ملاءمة العرض
- ورقة قواعد البيع الإضافي والبيع المتقاطع
- إعادة تصميم افتتاحية النص
- خطة اختبار مقارن لعرضين
- قواعد سلوك البيع وفق ISO 18295-1

اليوم 4: الأهداف والحوافز والتدريب

كيف تحدد الأهداف ويجرى التدريب بحيث ترتفع المبيعات دون إلحاح؟

- ورقة تفصيل الأهداف على المستويات
- مراجعة مخاطر الحوافز
- نموذج مراقبة المكالمات
- دليل محادثة التدريب
- تخطيط لوحة المتابعة الإدارية

اليوم 5: خطة التشغيل لفريق مبيعات واحد

هل تجتمع الأدوات السابقة في خطة يستطيع الراعي اعتمادها؟

- تطبيق خريطة المسار من الجلسة 1
- اختبار نتائج الصفقات الضائعة من الجلسة 2
- فحص قواعد العروض من الجلسة 3
- تجربة تفصيل الأهداف من الجلسة 4
- إنجاز خطة التشغيل ومذكرة الراعي

المنهجية

يقوم البرنامج على ورشة بيانات من ملف جاهز لفريقي مبيعات هاتفية، أحدهما في التأمين والآخر في الاتصالات، يضم نتائج المكالمات ونسخ العروض وسجلات الإلغاء ومقاطع مسجلة. يعمل المشاركون في مجموعات صغيرة، فيحللون النتائج ويعيدون تصميم العروض ويدافعون عن قراراتهم أمام زملائهم.

- نشاط مقترح: قراءة مسار تحويل جاهز وترتيب أسباب الصفقات الضائعة.
- نشاط مقترح: كتابة قواعد الإضافات واختبارها على ملفات عملاء نموذجية.
- نشاط مقترح: تقييم مقاطع المكالمات والاتفاق على نقاط التدريب ضمن أزواج.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة تشغيل لفريق مبيعات هاتفية واحد. وتضم الخطة خط أساس للمسار وقائمة مرتبة بأسباب الصفقات الضائعة وقواعد للعروض والإضافات وخطة اختبار وتصميما للأهداف والحوافز وروتينا للتدريب. وتستخدم في العمل لإحاطة الراعي التجاري وقادة الفرق الذين يديرون المكالمات.

الأسئلة الشائعة

هل تناسب دورة إدارة المبيعات الهاتفية المديرين الذين لم يقودوا فريق مبيعات من قبل؟

نعم، فإدارة المبيعات الهاتفية تدرس عبر ملف حالة جاهز وقوالب وأمثلة محلولة. وتفترض خبرة في المبيعات أو خدمة العملاء أو إدارة مراكز الاتصال، دون تدريب سابق في الاختبارات أو الإحصاء.

على أي معايير تقوم إدارة المبيعات الهاتفية؟

تقوم إدارة المبيعات الهاتفية على ISO 18295-1 لمراكز الاتصال بالعملاء، إلى جانب تحليل مسار التحويل والاختبار المقارن المضبوط وتحليل باريتو.

كيف تستخدم الخطة الناتجة عن إدارة المبيعات الهاتفية في العمل؟

تستخدم خطة التشغيل لإحاطة الراعي والاتفاق مع قادة الفرق على الأهداف وقواعد العروض، وتحديد روتين المراجعة للتحويل والشكاوى والتدريب.

بماذا تختلف إدارة المبيعات الهاتفية عن برنامج مهارات البيع للموظفين؟

تركز إدارة المبيعات الهاتفية على قرارات العروض والأهداف وقواعد السلوك والتدريب التي يتخذها المديرون، بينما يركز برنامج مهارات البيع على طريقة تعامل الموظف مع كل مكالمة.