دورة البيع المتمحور حول العميل: نتائج المشتري ومعايير اكتشاف الاحتياجات وتدريب فريق المبيعات على الفرص

30 أغسطس – 3 سبتمبر 2027

لندن - Premier Inn Victorya

دورة البيع المتمحور حول العميل: نتائج المشتري ومعايير اكتشاف الاحتياجات وتدريب فريق المبيعات على الفرص

المرجع: 843_39127 **التاريخ:** 30 أغسطس – 3 سبتمبر 2027 **المكان:** لندن - Premier Inn Victorya **الرسوم:** GBP 4300

ملخص البرنامج

البيع المتمحور حول العميل محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لمديري المبيعات والقادة التجاريين ورؤساء الحسابات الرئيسة، ويخرج منها كل مشارك بخطة لمعايير البيع وتدريب فريق مبيعات واحد. تعرض كثير من فرق المبيعات المنتج قبل أن تعرف ما يحتاج المشتري إلى تحقيقه، ويراجع المديرون خط المبيعات بالقيمة لا بدليل الحاجة. وينتقل البرنامج من نتائج المشتري إلى معايير اكتشاف الاحتياجات وحوار القيمة وتأهيل الفرص وتدريب فرق المبيعات على مراجعة الخط. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في البيع المتمحور حول العميل لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

تتنافس شركات توريد المعدات والخدمات المالية ومزودو التقنية والخدمات المهنية على مشترين يقارنون الخيارات قبل أن يتحدثوا إلى مندوب المبيعات. وحين يبدأ البيع من المنتج تدور المحادثة حول السعر وتقوم التوقعات على الأمل. أما القادة الذين يضعون معايير للاكتشاف ويطلبون دليلا على حاجة المشتري ويدربون على محادثات حقيقية فيخططون قدراتهم بثقة أكبر ويحمون الهامش.

- موثوقية التنبؤ: تتحسن حين تؤهل الفرص بناء على نتائج معلنة للمشتري لا على التفاؤل.
- الخصومات: تنخفض حين تتفق القيمة مع المشتري قبل مناقشة السعر.
- جودة التحويل: ترتفع حين يدرب المديرون مرحلة الاكتشاف والخطوات التالية في فرص حقيقية.

المبادئ والأساس المعرفي

- البيع الاستشاري: يعد البائع مستشارا في مشكلة المشتري، ويطبق في الجلستين 1 و3 على بيانات نتائج المشتري وحوار القيمة.
- الأسئلة الاكتشافية: تستخرج الحاجة وأثرها ومسار القرار بأسئلة مخططة، وتطبق في الجلسة 2 على معايير الاكتشاف وأدلة المكالمات.
- تأهيل الفرص: يختبر وجود حاجة وصلاحية ومسار معقول للقرار، ويطبق في الجلسة 4 على قواعد خط المبيعات.
- مراجعة خط المبيعات: تفحص الفرص بالدليل والخطوة التالية، وتطبق في الجلستين 4 و5 على روتين التدريب.

المشاركون المستهدفون

- مديرو المبيعات الذين يضعون معيار البيع عبر عدة فرق.
- قادة تجاريون يملكون التنبؤ وانضباط التسعير والعلاقات الرئيسة.
- مديرو فرق يدربون مندوبي المبيعات ويراجعون الفرص أسبوعيا.
- قادة تمكين المبيعات الذين يصممون الأدلة والأدوات المستخدمة في لقاءات المشترين.

تشمل البيئات المعتادة توريد المعدات الصناعية والخدمات المالية والتقنية والخدمات المهنية.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تقييم طريقة افتتاح فرقهم محادثات المشترين ومواضع استبدال الحديث عن المنتج بالاكتشاف.
2. سيكون المشاركون قادرين على بناء بيانات لنتائج المشتري تربط الحاجة بنتيجة قابلة للقياس.
3. سيكون المشاركون قادرين على تصميم معايير للاكتشاف وأدلة أسئلة تناسب أدوار المشترين المختلفة.
4. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب أولويات الفرص بحسب دليل الحاجة ومسار معقول للقرار.
5. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص فجوات التدريب من محادثات مسجلة ومراجعات خط المبيعات.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير خطة لمعايير البيع والتدريب أمام راع من الإدارة العليا.

هيكل البرنامج

اليوم 1: البيع المتمحور حول العميل ونتائج المشتري

ماذا يريد المشتري أن يحقق، وكيف تبيع الفرق اليوم؟

- تدقيق محادثات البيع الحالية
- قالب بيان نتيجة المشتري
- خريطة أدوار المشترين وهمومهم
- مراجعة الحديث عن المنتج مقابل الحديث عن الحاجة
- ميثاق مبادئ البيع

اليوم 2: معايير اكتشاف الاحتياجات وتصميم الأسئلة

كيف يعرف البائع الحاجة قبل أن يعرض الحل؟

- سلم أسئلة الاكتشاف
- بنك أسئلة الحاجة والأثر
- ورقة رسم مسار القرار
- دليل التحضير للقاء
- قائمة فحص جودة الاكتشاف

اليوم 3: حوارات القيمة ومعالجة الاعتراضات

كيف تتفق القيمة مع المشتري قبل مناقشة السعر؟

- أداة بناء بيان القيمة
- شبكة اختيار الأدلة والمراجع
- تسلسل محادثة السعر
- نص التعامل مع هموم المشتري
- اتفاق الخطوة التالية المشتركة

اليوم 4: تأهيل الفرص ومراجعة خط المبيعات

أي الفرص تستحق الجهد، وما الدليل الذي يدعمها؟

- ورقة معايير تأهيل الفرص
- بطاقة دليل الفرصة
- قواعد الخروج من المرحلة
- جدول أعمال المراجعة الأسبوعية لخط المبيعات
- أسئلة تحدي التنبؤ

اليوم 5: خطة معايير البيع والتدريب لفريق مبيعات واحد

هل تتكامل الأدوات السابقة في خطة يستطيع الراعي اعتمادها؟

- تطبيق قالب بيان نتيجة المشتري من الجلسة 1
- اختبار قائمة فحص جودة الاكتشاف من الجلسة 2
- تجربة تسلسل محادثة السعر من الجلسة 3
- فحص بطاقة دليل الفرصة من الجلسة 4
- إنجاز خطة معايير البيع والتدريب

المنهجية

يقوم البرنامج على المحاكاة مدعومة بحالات جاهزة من مورد معدات صناعية ومصرف أعمال. يؤدي المشاركون دور المشتري والبائع، ويراقبون محادثات مسجلة، ويقيمونها بحسب معايير مكتوبة، ثم يقدمون ملاحظات تدريبية لزملائهم. ويتمرن المديرون على حوار التدريب بقدر تمرنهم على حوار المشتري.

- نشاط مقترح: إعادة كتابة عرض افتتاحي في خمسة أسئلة اكتشاف مرتبطة بنتيجة واحدة للمشتري.
- نشاط مقترح: تقييم عشر فرص نموذجية بحسب الدليل وإسقاط ما ليس له مسار قرار.
- نشاط مقترح: تمثيل مراجعة خط مبيعات يطرح فيها المدير أسئلة بدل أن يعطي إجابات.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة لمعايير البيع والتدريب لفريق مبيعات واحد. وتضم الخطة بيانات نتائج المشتري ومعايير اكتشاف ودليلا لحوار القيمة ومعايير لتأهيل الفرص وروتينا أسبوعيا للمراجعة. وتستخدم في العمل لتوجيه أول ربع من تدريب الفريق، ولإعطاء الراعي صورة أوضح عن التنبؤ.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب برنامج في البيع المتمحور حول العميل المديرين الذين لم يدربوا فرقهم من قبل؟

نعم، إذ يدرس البيع المتمحور حول العميل عبر حالات جاهزة ونصوص وقوالب. ويفترض البرنامج مسؤولية عن فريق مبيعات أو حسابات رئيسة، دون خبرة سابقة في التدريب الرسمي أو تصميم مراجعات خط المبيعات.

على أي نماذج يقوم البيع المتمحور حول العميل في هذا البرنامج؟

يقوم البيع المتمحور حول العميل على البيع الاستشاري، والأسئلة الاكتشافية، وتأهيل الفرص، ومراجعة خط المبيعات بالدليل، دون اعتماد منهجية تجارية واحدة.

كيف تستخدم الخطة الناتجة عن البيع المتمحور حول العميل في العمل؟

تستخدم الخطة لإحاطة الراعي، وإدخال معايير الاكتشاف، وبدء مراجعات أسبوعية قائمة على الدليل، وتدريب المندوبين على فرص حقيقية.

بماذا يختلف البيع المتمحور حول العميل عن برنامج في مهارات التفاوض؟

يركز البيع المتمحور حول العميل على نتائج المشتري والاكتشاف وتأهيل الفرص قبل الاتفاق، بينما يركز برنامج مهارات التفاوض على مواقف المساومة والتنازلات وشروط إغلاق الصفقة.