دورة إدارة شبكة المتاجر والموزعين: التغطية والهوامش وضبط الأداء

12 – 16 أبريل 2027

Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road - دبي

دورة إدارة شبكة المتاجر والموزعين: التغطية والهوامش وضبط الأداء

المرجع: 64591_1700 **التاريخ:** 12 – 16 أبريل 2027 **المكان:** دبي - Residence Inn by Marriott Sheikh Zayed Road **الرسوم:** GBP 4000

ملخص البرنامج

إدارة شبكة المتاجر والموزعين موضوع هذه الدورة التدريبية التي تمتد أسبوع وتخاطب القيادات التجارية وقيادات التجزئة، وتنتهي بخطة لضبط القنوات يعدها كل مشارك. تضيف المؤسسات التي تبيع عبر متاجرها وأصحاب الامتياز والموزعين منافذ جديدة بوتيرة أسرع من قدرتها على تنظيمها، فتتداخل التغطية وتتسرب الهوامش وينافس الشركاء بعضهم بعضا على المتسوق نفسه. ينتقل البرنامج من تشخيص الشبكة القائمة إلى تصميم التغطية وشروط الشراكة وأدوات الرقابة على الأداء، بالاعتماد على تحليل الحالات والتمارين المنظمة. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في إدارة شبكة المتاجر والموزعين لمجموعات دولية من قطاعات متنوعة.

المبررات المؤسسية

الشبكة التجارية محفظة من المواقع والشركاء، ولكل منها كلفة خدمة خاصة به. وحين يضاف النمو دون قواعد للتغطية والتسعير وسلوك الشركاء، تظهر الكلفة في منافذ ضعيفة وخصومات متبادلة بين القنوات. وتمنح القرارات المنظمة القيادات أساسا مشتركا لفتح نقاط البيع أو دمجها أو الخروج منها.

- هامش القناة: شروط شراكة أوضح وقواعد خصم محددة تقلل التسرب بين المتاجر والموزعين والبيع الإلكتروني.
- إنتاجية المنفذ: خرائط التغطية ومعايير الترتيب توجه الاستثمار إلى المواقع التي تستحقه.
- موثوقية الشريك: معايير خدمة متفق عليها وإجراءات مراجعة تحسن التوافر وتخفض التصعيد.

المبادئ والأساس المعرفي

- هيكلة شبكة التوزيع: يطبقها البرنامج لتحديد القنوات والمستويات وأنواع الشركاء التي تحتاجها الشبكة.
- تحليل تعارض القنوات: يستخدمه المشاركون لتحديد مواضع التنافس بين المتاجر والموزعين والبيع الإلكتروني والقواعد التي تحسمه.
- مفهوم تعدد القنوات في التجزئة: يطبقه البرنامج لمواءمة المخزون والسعر ووعود الخدمة عبر كل طريق يصل به المتسوق.
- إدارة أداء التجزئة: يستخدمها المشاركون لوضع مقاييس المنافذ ودورات المراجعة التي تربط نتائج المتاجر بقرارات الشبكة.

المشاركون المستهدفون

- القياديون المسؤولون عن عدد المتاجر ونقاط البيع ومواقعها وأشكالها
- المديرون الذين يبرمون شروط التعاقد مع الموزعين وأصحاب الامتياز والوكلاء
- رؤساء الوظائف التجارية الذين يوفقون بين هوامش المتاجر والجملة والبيع الإلكتروني
- التنفيذيون الذين يعدون مقترحا لتوسيع الشبكة أو دمجها

يناسب البرنامج وظائف مثل عمليات التجزئة والمبيعات والامتياز التجاري وتوزيع السلع الاستهلاكية، وقطاعات منها تجزئة الأغذية والأزياء والصيدلة والإلكترونيات.

مخرجات التعلم

1. تشخيص هيكل شبكة المتاجر والموزعين وفجوات التغطية والتداخل فيها.
2. تقييم المنافذ والشركاء وفق معايير الإنتاجية والهامش.
3. بناء خيارات للتغطية والصيغة التجارية تخدم النمو أو الدمج أو الخروج.
4. تبرير شروط الشراكة وقواعد الخصم ومعايير الخدمة التي تحد من تعارض القنوات.
5. ترتيب أولويات الاستثمار في الشبكة بمصفوفة قرار مرتبة.
6. تصميم إجراء مراجعة يتابع أداء الشبكة ويستدعي الإجراء التصحيحي.

هيكل البرنامج

اليوم 1: هيكل الشبكة وأدوار القنوات

مم تتكون الشبكة الحالية، وما دور كل قناة فيها؟

- خريطة جرد القنوات
- نموذج هيكلة شبكة التوزيع
- مقارنة المنافذ المملوكة والممنوحة والشريكة
- تصنيف المنافذ بحسب كلفة الخدمة
- بيان دور القناة

اليوم 2: تشخيص التغطية وأداء المنافذ

أين تزيد الخدمة عن الحاجة أو تقل عنها أو يضعف العائد؟

- تحليل فجوات التغطية ونطاقات الاستقطاب
- ترتيب المنافذ بحسب المساهمة
- مراجعة اتجاه المبيعات في المتجر ذاته
- رسم خريطة تعارض القنوات
- تدقيق بطاقة أداء الشريك

اليوم 3: تصميم خيارات نمو شبكة المتاجر

أي عمليات الافتتاح والصيغ وأنواع الشركاء تستحق الاستثمار أولا؟

- فرز خيارات التوسع
- مصفوفة الصيغة والمساحة
- معايير قبول أصحاب الامتياز والموزعين
- قواعد الدمج والخروج
- مصفوفة قرار الاستثمار المرتبة

اليوم 4: ضبط الهامش والتسعير وسلوك الشركاء

ما القواعد التي تبقي القنوات مربحة دون أن تضع الشركاء في مواجهة بعضهم؟

- شلال الهامش بحسب القناة
- قواعد الخصم وحدود السعر
- مذكرة التفاوض على شروط الشراكة
- مواءمة المخزون والوعود عبر القنوات المتعددة
- جدول معايير الخدمة

اليوم 5: تطبيق الضوابط وإتمام الخطة

كيف تتحول خطة الشبكة إلى ضوابط تستطيع القيادات تشغيلها؟

- مواصفات لوحة متابعة الشبكة
- تصميم إجراء المراجعة الشهرية
- مسار التصعيد في نزاعات القنوات
- مراجعة الأقران لمسودات الخطط
- إتمام خطة ضبط القنوات

المنهجية

المنهج الرئيس هو تحليل الحالات المدعوم بتمارين منظمة. يعمل المشاركون على أمثلة شبكات من التجزئة والسلع الاستهلاكية وخدمات الامتياز، ثم يطبقون كل أداة على شبكة يعرفونها. تتناوب الجلسات بين عروض موجزة وتمارين مقيمة بالدرجات ومراجعة الأقران.

- نشاط مقترح: ترتيب عينة من المنافذ بحسب المساهمة وتبرير القرار في كل منها.
- نشاط مقترح: صياغة شروط شراكة مع موزع واختبارها أمام اعتراض افتراضي.
- نشاط مقترح: رسم نزاع بين قناتين والاتفاق على القاعدة التي كانت ستمنعه.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة لضبط القنوات لشبكة يختارها. تضم الخطة بيانا بدور كل قناة وترتيبا للتغطية والمنافذ وخيارات النمو والخروج وشروط الشراكة وقواعد الخصم وإجراء مراجعة بخطوات التصعيد. وفي العمل تدعم الخطة مقترحا لتطوير الشبكة أو تفاوضا مع شريك.

الأسئلة الشائعة

هل تناسب إدارة شبكة المتاجر والموزعين المديرين الجدد في تخطيط الشبكات؟

نعم، إذا كنت تدير منافذ أو شركاء أو أهداف مبيعات. يفترض البرنامج معرفة عملية بنتائج التجزئة أو التوزيع.

على أي نماذج تقوم إدارة شبكة المتاجر والموزعين؟

تقوم على هيكلة شبكة التوزيع وتحليل تعارض القنوات ومفهوم تعدد القنوات في التجزئة وإدارة أداء التجزئة.

كيف تستخدم خطة ضبط القنوات الناتجة عن إدارة شبكة المتاجر والموزعين بعد البرنامج؟

تستخدمها أساسا لمقترح توسيع الشبكة أو للتفاوض مع شريك أو لمراجعة القيادة. وتسجل أدوار القنوات والخيارات المرتبة وقواعد الهامش وإجراء المراجعة.

ما الفرق بين إدارة شبكة المتاجر والموزعين وتدريب فرق البيع بالتجزئة؟

تدريب فرق البيع ينمي سلوك البيع لدى العاملين في المتجر. أما هذا البرنامج فيعمل على مستوى أعلى، في مواقع المنافذ والشركاء وطريقة مكافأتهم وحوكمة الشبكة.