

الدبلوم المهني لإدارة قنوات البيع (الموزعين)

بتاريخ

٧ . يوليو - ١١ يوليو ٢٠٢٣

صلالة

الرسوم(\$)

سحل الأذن

٣٣٠٠



مقدمة:

تعتبر قناة التسويق كنظام داخلي بين المنظمات والمعني بصنع السلع والخدمات، والمفاهيم المترادفة للاستهلاك من خلال تعزيز وزيادة الوقت، والمكان. ان جوهر هذا البرنامج هو كيف يمكن للمؤسسات أن تنقل أشياء ذات قيمة من الوجهات المفاهيمية، والتصورات عن المنتجات الى نقاط الاستهلاك.

أهداف البرنامج:

بعد انتهاء المتدربين من هذا البرنامج فانهم سيكونون قادرین على:

1. شرح سبب استخدام الشركات لقنوات التسويق ومناقشة المهام التي تؤديها هذه القنوات.
2. مناقشة كيفية تفاعل أعضاء القناة، وكيف ينتظمون لاداء عمل القناة.
3. تحديد بذال القناة الرئيسية المفتوحة للشركة.
4. شرح كيف يمكن للشركات تحديد وتحفيز، وتقدير أعضاء القناة.
5. مناقشة طبيعة وأهمية الخدمات اللوجستية والتسويقية والإدارة المتداخلة لسلسلة التوريد.
6. النظر في الجزء الذي تلعبه سلسلة التزويد في توفير القيمة إلى العميل النهائي.
7. التعرف على العوامل التي تحدد هيكل سلسلة التوريد.
8. مناقشة دور الوساطة في سلسلة التزويد، والأدوار التي يمكن أن يقوم بها الوسطاء في سلاسل التزويد المختلفة.

المشاركون:

أعضاء قنوات المبيعات و مديري المبيعات الذين هم بحاجة لتحقيق نتائج افضل من خلال إقناع شركائهم بانتاج، وتعزيز وبيع منتجاتهم. و مديري المبيعات من عليهم التعامل مع شركاء متعددين في سوق تنافسي.

محتويات البرنامج:

- التعريف بـ ماهية التسويق والبيع
- التعريف بمفهوم الإستراتيجية التسويقية وأهميتها
- استراتيجيات النمو التسويقي
- استراتيجيات التسويق في مختلف الظروف الاقتصادية
- فهم و أهمية التخطيط لغايات التسويق والمبيعات
- وظائف إدارة سلسلة التزويد، والأدوار التي يتبعن الوفاء بها في القناة التسويقية
- أنواع التوزيع.
- عمليات إدارة قنوات التوزيع
- الأعمال وتحليل قنوات التوزيع
- تطوير قنوات التوزيع في تجارة التجزئة
- ادارة البيع في تجارة التجزئة
- تطبيقات ادارة مبيعات التجزئة
- أساليب اختيار فنوات البيع (الموزعين)).

- التعاقد مع الموزعين ((أنواع العقود)).
- إدارة قنوات التوزيع ((الموزعين)).
- متابعة قنوات التوزيع ((الموزعين)).
- تصنيف قنوات التوزيع ((الموزعين)).
- تحديد الاستراتيجيات الأكثر فعالية لقنوات التوزيع.
- تطوير مناهج قنواة التوزيع التي توفر تغطية السوق.
- إدارة وقياس فعالية قنوات التوزيع وقدرات التسليم.
- ومناقشة التطورات الأخيرة من الاستجابة الفعالة للمستهلك (ECR).
- دراسة قضایا الإدارية المرتبطة بنوع معین من نشاطات الوساطة (تجارة التجزئة) من خلال هيكل إداري خاص (الامتياز)
- مناقشة القضایا في مجال تجارة التجزئة وحقوق الامتياز

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية