

World Class Sales

world's #1 sales trainer

مدة الدورة :

- المدة: ١٢ اسبوع

- الجدول: 12 وحدة تدريبية



عن المدرب:
دانييل جي

دانييل جي هو مدرب عالمي وخبير محترف في مجال المبيعات يتمتع بخبرة واسعة وشغف بتطوير مهارات البيع للأفراد من جميع الفئات. خلال مسيرته المهنية، قام دانييل بتدريب أكثر من 2 مليون شخص يعملون بالمبيعات على مستوى العالم، وعمل إلى مبيعات الشركات (Door-to-Door Sales) على تدريب العديد من الصناعات المتعلقة بالمبيعات بدءاً من المبيعات الميدانية (B2C Sales) وصولاً إلى مبيعات الأفراد (B2B Sales).

لقد قام دانييل بتدريب العاملين بالمبيعات بمستويات خبرة مختلفة، من المبتدئين إلى المحترفين ذوي الخبرة، مما يجعله أحد أبرز الخبراء في هذا المجال. وقدم أكثر من 650 جلسة تدريبية ومحاضرة، حيث قدم رؤى عميقة حول مختلف جوانب المبيعات والتسويق.

يُعرف دانييل بأسلوبه الديناميكي وقدرته على التواصل مع جمهور متنوع، مما جعله مصدر إلهام ودافعاً لتحقيق تحولات كبيرة في حياة الأشخاص الذين عمل معهم. إذا كنت تسعى لإتقان فن المبيعات، فإن دانييل جي هو المرشد الذي يمكنك الاعتماد عليه ليوجهك في رحلتك.

نظرة عامة على الدورة:

تعد هذه الدورة الفريدة من نوعها حول المبيعات العالمية بمثابة خارطة طريق شاملة لإتقان فن وعلم المبيعات. تمتد على مدار 12 أسبوعاً، مليئة بوحدة تدريبية عملية مصممة لتحويل نهجك في المبيعات بدءاً من الأساسيات وصولاً إلى التقنيات المتقدمة.

تُركز الدورة على بناء المهارات في مجالات مثل علم النفس الشرائي، اكتساب العملاء، التواصل، تقديم العروض، معالجة الاعتراضات، وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. ستمنحك هذه الدورة المهارات والاستراتيجيات اللازمة للارتقاء بمسيرتك المهنية في مجال المبيعات، مع ضمان تحقيق النجاح والنمو المستدام في سوق تنافسي.

سواء كنت جديداً على المبيعات أو محترفاً متمرساً، ومهما كان المجال الذي تعمل فيه، فإن هذه الدورة تغطي جميع مراحل عملية المبيعات.

لماذا تحضر هذه الدورة؟

1. لمحترفي المبيعات بجميع المستويات والمجالات: سواء كنت مبتدئاً أو محترفاً، فإن هذه الدورة تغطي كل جوانب رحلتك في المبيعات.
2. مهارات عملية: اكتساب خبرات عملية في البحث عن العملاء، تحديد الاجتماعات، التعامل مع الاعتراضات، إتمام الصفقات، والاحتفاظ بالعملاء.
3. تحسين الأداء: تعلم كيفية التغلب على التحديات مثل الرفض، اعتراضات الميزانية، والتميز عن المنافسين.
4. التكيف مع بيئات المبيعات الحديثة: الاستفادة من الأدوات الإلكترونية مثل LinkedIn، بالإضافة إلى التقنيات التقليدية مثل المكالمات الباردة.
5. بناء الثقة: تقوية أسلوب التفكير ومهارات التواصل لتحقيق تفاعلات فعالة.

رحلة التحول:

بطلون نهاية هذه الدورة، ستتمكن من:

- فهم علم النفس وراء قرارات الشراء.
- إتقان أدوات ونماذج المبيعات الرئيسية مثل مسار المبيعات وأهداف SMART.
- إنشاء عروض تقديمية مميزة وموجهة لاحتياجات العملاء.
- التغلب على الاعتراضات باستخدام استراتيجيات متقدمة.
- إتمام الصفقات بفعالية باستخدام تقنيات الإغلاق المجربة.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتوليد الإحالات.
- تحسين قدراتك القيادية والإرشادية إذا كنت تدير فريقاً.

محتوي الدورة :

الأسبوع 1: أساسيات إتقان المبيعات

الوحدة 1: نفسية البيع

- فهم سلوك المشتري
- بناء علاقة ثقة وتواصل
- التغلب على الخوف من الرفض
- تطوير عقلية مبيعات ناجحة

الوحدة 2: نظرة عامة على عملية البيع

- مسار المبيعات ومراحله
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في المبيعات
- تحديد أهداف مبيعات SMART

الوحدة 3: الاحترافية والتواصل

- مهارات التواصل الفعالة (شفوية وغير شفوية)
- تقنيات الاستماع النشط
- آداب الهاتف المهنية
- أفضل ممارسات الكتابة التجارية والبريد الإلكتروني

الأسبوع 2: استراتيجيات اكتساب العملاء

الوحدة 1: البحث عن الفرص عبر الإنترنت

- البيع الاجتماعي على LinkedIn، Twitter، وغيرها
- تسويق المحتوى وتوليد العملاء المحتملين
- تسويق البريد الإلكتروني وتغذية العملاء المحتملين
- استخدام الأدلة وقواعد البيانات على الإنترنت

الوحدة 2: البحث عن الفرص خارج الإنترنت

- الفعاليات الشبكية والمؤتمرات الصناعية
- تقنيات الاتصال البارد والاتصال الدافئ
- برامج الإحالة وشهادات العملاء

الوحدة 3: البحث عبر الهاتف

- إتقان فن عرض الهاتف
- التعامل مع الحراس والاعتراضات
- استخدام البريد الصوتي بفعالية
- بناء علاقات عبر الهاتف

محتوي الدورة :

الأسبوع 3: حجز الاجتماعات

▪ الوحدة 1: فن مكالمة تحديد المواعيد

- o صياغة دعوات اجتماعات جذابة
- o التغلب على تحديات الجدولة
- o التفاوض على أوقات ومواقع الاجتماعات

▪ الوحدة 2: عرض القيمة وعرض البيع الفريد (USP)

- o توضيح القيمة التي تقدمها
- o تمييز نفسك عن المنافسة

▪ الوحدة 3: التحضير قبل الاجتماع

- o البحث عن العملاء المحتملين
- o إعداد جداول أعمال ومواد الاجتماع
- o تحديد أهداف واضحة للاجتماع

الأسبوع 4: المتابعة قبل الاجتماع

▪ الوحدة 1: أهمية المتابعة قبل الاجتماع

- o بناء الترقب والحماس
- o إرسال تذكيرات مخصصة ومحتوى ذو قيمة مضافة
- o معالجة أي أسئلة أو مخاوف في اللحظة الأخيرة

الأسبوع 5: الاعتراضات قبل البحث

▪ الوحدة 1: تحديد والتعامل مع الاعتراضات الشائعة

- o "لا يوجد ميزانية"
- o "لا أريد"
- o "لدي مورد بالفعل"
- o "أحتاج للتفكير في الأمر"

▪ الوحدة 2: تقنيات التعامل مع الاعتراضات

- o طريقة "شعر، شعر، وجد"
- o تقنية "نعم، لكن.."
- o النهج "مدفوع بالفائدة"

محتوي الدورة :

الأسبوع 6: تقديم الاجتماع والبدء

الوحدة 1: خلق انطباع أول قوي

- بناء علاقة ثقة وتواصل
- الاستماع النشط والتواصل التعاطفي
- طرح أسئلة بعمق لفهم احتياجات العميل

الوحدة 2: تحديد جدول أعمال الاجتماع

- توضيح أهداف الاجتماع بوضوح
- الحصول على موافقة العميل ورضاه

الأسبوع 7: عرض المبيعات

الوحدة 1: هيكلية عرض جذاب

- سرد القصص وحل المشكلات
- وسائل الإيضاح والعروض التوضيحية
- تكييف العرض مع احتياجات العميل

الوحدة 2: تقديم عرض واثق وجذاب

- لغة الجسد وإيصال الصوت
- التعامل مع الأسئلة والانقطاعات
- الحفاظ على تفاعل الجمهور

الأسبوع 8: التعامل مع الاعتراضات

الوحدة 1: استراتيجيات متقدمة للتعامل مع الاعتراضات

- تحديد السبب الجذري للاعتراضات
- تحويل الاعتراضات إلى فرص
- التفاوض وإيجاد حلول مفيدة

الوحدة 2: تمثيل الأدوار والممارسة

- ممارسة سيناريوهات التعامل مع الاعتراضات
- استقبال التغذية الراجعة البناءة وتطوير التقنيات

محتوي الدورة :

• الأسبوع 9: إغلاق الصفقة

• الوحدة 1: تقنيات الإغلاق

- الإغلاق الافتراضي
- الإغلاق البديل
- الإغلاق التجريبي
- الإغلاق الملخص

• الوحدة 2: التفاوض والاتفاقيات التعااقية

- التفاوض على الأسعار والشروط
- فهم وصياغة العقود
- تأمين توقيعات العملاء

• الأسبوع 10: المتابعة بعد البيع

• الوحدة 1: بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء

- توجيه العملاء الجدد بفاعلية
- تقديم خدمة عملاء ممتازة
- جمع تغذية راجعة من العملاء والشهادات

• الوحدة 2: الحفاظ على علاقات العملاء

- التواصل والزيارات المنتظمة
- تحديد فرص البيع المتقاطع ورفع المبيعات

• الأسبوع 11: توليد الإحالات

• الوحدة 1: طلب الإحالات بفعالية

- بناء علاقات قوية مع العملاء الحاليين
- تحديد مصادر الإحالة المحتملة
- إنشاء برنامج إحالة لتحفيز العملاء

• الأسبوع 12: قيادة فريق المبيعات

• الوحدة 1: تدريب وإرشاد فرق المبيعات

- تقديم تغذية راجعة بناءة وتوجيه
- تحديد أهداف الفريق وتتبع التقدم
- تحفيز وإلهام أعضاء فريق المبيعات

• الوحدة 2: إدارة فريق المبيعات

- إجراء تقييمات الأداء
- معالجة تحديات الفريق والنزاعات
- تعزيز بيئة فريق إيجابية ومنتجة