

A photograph showing a group of six people (three men and three women) gathered around a large wooden table, working together on a large piece of paper. The paper contains a hand-drawn diagram illustrating a process flow from 'GOAL' to 'STRATEGY' to 'ANALYSIS'. A pie chart is also visible, divided into three segments labeled 15%, 45%, and 25%. The people are dressed casually, and the setting appears to be a workshop or a collaborative meeting space.

الأكاديمية الإسكندنافية
للتدريب والتطوير





دورة: إستراتيجيات وتقنيات تطوير مهارات وأساليب البيع لموظفي التسويق والمبيعات

ال코드	المدينة	الفندق	نهاية التدرب	بداية التدرب	لغة الدورة - الساعات	السعر	لغة الدورة -
MCC-760	طرابزون (تركيا)	قاعة فندقية	2026-06-01	2026-06-05	العربية - 25	€ 4450	العربية -

المشاركون المستهدفون من الدورة التدريبية

- كافة العاملين بإدارات وأقسام البيع و التسويق من مندوبي المبيعات في كافة المنشآت الإقتصادية و المالية و كذلك القطاع الحكومي .

الهدف من الدورة التدريبية

- تهدف هذه الدورة إلى تعريف المشاركين بمفاهيم وأسس وعناصر الاساليب الحديثة في المبيعات والاستراتيجية التسويقية والأشكال الجديدة للمنافسة
- تزويدهم بالمهارات والأساليب الالازمة للإعداد للاستراتيجيات التسويقية المختلفة وذلك في ضوء التنبؤ بالمبيعات وال موقف التنافسي ، وتقدير الفرصة وتحديد الأسواق المستهدفة .. وغيرها من عناصر اختيار الاستراتيجية المطبقة.
- تنمية المهارات البيعية لدى المشاركين كمهارات الإقناع والإقناع والرد على إعتراضات العملاء
- التعرف على الأساسيات العلمية للأبعاد السلوكية في التعامل مع العملاء و تحليل أنماطهم .

المحتوى العلمي للدورة التدريبية

المفهوم الحديث للتسويق

طبيعة و سمات العمليات التسويقية



إستراتيجيات التسويق

- الإستراتيجية الهجومية أو القيادة
- الإستراتيجية الدفاعية أو التابع
- المواجهة
- بحوث السوق كأس لتحديد الإستراتيجية التسويقية .

العقلية الاستراتيجية لرجال التسويق ووضوح الرؤية

طبيعة المنافسة وأنواعها وخصائصها

الأشكال الجديدة للمنافسة

الطرق المختلفة لتحليل المنافسة

مراحل وخطوات تحليل المنافسة

أساليب تقييم الموقف التنافسي

الاستراتيجيات التسويقية:

- استراتيجيات قيادة السوق : مفهومها ، أهدافها ، عناصرها
- استراتيجيات التحدث السوقي: مفهومها ، أهدافها ، عناصرها
- استراتيجيات التبعية السوقية : مفهومها ، أهدافها ، عناصرها ، حالاتها
- أساليب تقييم و اختيار الفرصة والتوقيت والمكان
- مفاهيم التسويق في ظل حالة عدم التأكيد وأساليبه المختلفة
- المزيج التسويقي والبيعى ودوره في استراتيجيات التسويق



• أساليب تحديد الأسواق المستهدفة

التنبؤ بالمبيعات :

- مفهومه ، أهميته
- دور التنبؤ بالمبيعات في تقييم الموقف التنافسي
- أساليب التنبؤ بالمبيعات:-
- التحليل التاريخي للمبيعات
- قياس آراء الإدارة العليا
- قياس آراء رجال البيع والعملاء
- الاختيارات التسويقية
- إعداد تقديرات الطلب تمثيل أدوار / مواقف عملية / مختبر تدريبي.

فن إجراء المقابلات التسويقية والبيعية:

- استراتيجية جمع البيانات والمعلومات
- تحديد الهدف من المقابلة التسويقية أو البيعية
- أساليب الإعداد للمقابلات التسويقية والبيعية
- افتتاح الحديث التسويقى أو البيعى
- أساليب إتمام المقابلة التسويقية أو البيعية
- السلوكيات الواجب مراعاتها في المقابلات التسويقية والبيعية

مفهوم استراتيجية المنتجات وتطبيقاتها

- استراتيجية التسعير وتطبيقاتها
- ما هي استراتيجية التوزيع ؟
- ما هي استراتيجية الترويج ؟



- تقييم ختام البرنامج

الإتصال مع العملاء

- مفهوم الإتصال
- وسائل الإتصال
- عناصر الإتصال
- مهارات الإتصال
- أبعاد الذات الثلاث
- استخدام مفهوم العلاقات التبادلية في خلق علاقات تكاملية مع العملاء
- كيفية تجنب العلاقات المتقاطعة مع العملاء

المزيج التسويقي

- السلعة وتركيبها درجة جودتها و مواصفاتها الفنية ومدى إستيفائها لمتطلبات العميل والقابلية للتلف والحجم

السعر و مدى قوته التنافسية و علاقته بالتكلفة

- التوزيع و مهارات رجال البيع و منافذ التوزيع و مدى إقترابها أو إبعادها عن العملاء و الفرق بين توزيع الجملة و توزيع التجزئة) .

المزيج الترويجي

- مدى ضرورة المزيج الترويجي
- التبيين
- التمييز بعلامة تجارية أو أسم تجاري



- الضمان ضمني أو صريح
- خدمات ما بعد البيع
 - الإعلان
 - الترويج
- تنشيط المبيعات
- التغيرات السعرية
- التشكيل
- التنويع
- التبسيط



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير تعتمد على أحدث الأساليب العلمية والمهنية في مجالات التدريب وتنمية الموارد البشرية، بهدف رفع كفاءة الأفراد والمؤسسات. يتم تنفيذ البرامج التدريبية وفق منهجية متكاملة تشمل:

- المحاضرات النظرية المدعومة بعرض تقديمي (PowerPoint) ومقاطع مرئية (فيديوهات وأفلام قصيرة).
- التقييم العلمي للمتدربين قبل وبعد البرنامج لقياس مدى التطور والتحصيل العلمي.
- جلسات العصف الذهني وتطبيقات عملية للأدوار من خلال تمثيل المواقف العملية.
- دراسة حالات عملية مصممة خصيصاً لتلائم المادة العلمية وطبيعة عمل المشاركين.
- اختبارات تقييمية تُجرى في نهاية الدورة لتحديد مدى تحقيق الأهداف التدريبية.

يحصل كل مشارك على المادة العلمية والعملية للبرنامج مطبوعة ومحفوظة على CD أو فلاش ميموري، مع تقديم تقارير مفصلة تشمل الحضور والنتائج النهائية مع التقييم العام للبرنامج.

يتم إعداد المادة العلمية للبرامج التدريبية بطريقة احترافية على يد نخبة من الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات والتخصصات. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير.

أوقات البرنامج:

- من الساعة 9:00 صباحاً حتى 2:00 ظهراً في المدن العربية.
- من الساعة 10:00 صباحاً حتى 3:00 ظهراً في المدن الأوروبية والآسيوية.

البرامج التدريبية تتضمن :

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.



الأكاديمية الس堪динافية للتدريب والتطوير

English Courses +46700414979 Arabic Courses +46700414959 +46114759991

scandinavianacademy.net info@scandinavianacademy.net

Timmermansgatan 100 B.O.X 60359 Norrköping - Sweden