



الدبلوم المهني لإدارة قنوات البيع (الموزعين)

بتاريخ	أماكن الإنعقاد	الرسوم (\$)	أجرت مقعدك
١٩ مايو - ٢٣ مايو ٢٠٢٤	دبي	٢٨٠٠	سجل الآن

مقدمة:

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

أهداف البرنامج:

بعد انتهاء المتدربين من هذا البرنامج فانهم سيكونون قادرين على:

1. شرح سبب استخدام الشركات لقنوات التسويق ومناقشة الهام التي تؤديها هذه القنوات.
2. مناقشة كيفية تفاعل أعضاء القناة، وكيف ينتظرون لأداء عمل القناة.
3. تحديد بدائل القناة الرئيسية المفتوحة للشركة.
4. شرح كيف يمكن للشركات تحديد وتحفيز، وتقييم أعضاء القناة.



5. مناقشة طبيعة وأهمية الخدمات اللوجستية والتسويق والإدارة المتكاملة لسلسلة التوريد.

6. النظر في الجزء الذي تلعبه سلاسل التوريد في توفير القيمة إلى العميل النهائي.

7. التعرف على العوامل التي تحدد هيكل سلسلة التوريد.

8. مناقشة دور الوساطة في سلسلة التوريد، والأدوار التي يمكن أن يقوم بها الوسطاء في سلاسل التوريد المختلفة.

المشاركون:

أعضاء قنوات المبيعات ومديري المبيعات الذين هم بحاجة لتحقيق نتائج أفضل من خلال إقناع شركائهم بمنتجاتهم، وتعزيز وبيع منتجاتهم. ومديري المبيعات ممن عليهم التعامل مع شركاء متحدين في سوق تنافسي.

محتويات البرنامج:

- التعريف بأهمية التسويق والبيع
- التعريف بمفهوم الإستراتيجية التسويقية وأهميتها
- استراتيجيات النمو التسويقي
- استراتيجيات التسويق في مختلف الظروف الاقتصادية
- مفاهيم وأهمية التخطيط لغايات التسويق والمبيعات
- وظائف إدارة سلسلة التوريد، والأدوار التي يتعين الوفاء بها في القناة التسويقية
- أنواع التوزيع.
- عمليات إدارة قنوات التوزيع
- الأعمال وتحليل قنوات التوزيع
- تطوير قنوات التوزيع في تجارة التجزئة
- إدارة البيع في تجارة التجزئة
- تطبيقات إدارة مبيعات التجزئة
- أساليب اختيار قنوات 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 قنوات التوزيع التي توفر تغطية السوق.
- إدارة وقياس فعالية قنوات التوزيع وقدرات التسليم.
- ومناقشة التطورات الأخيرة من الاستجابة الفعالة للمستهلك (ECR).
- دراسة قضايا الإدارة المرتبطة بنوع معين من نشاطات الوساطة (تجارة التجزئة) من خلال هيكل إداري خاص (الامتياز)
- مناقشة القضايا في مجال تجارة التجزئة وحقوق الامتياز

أساليب التدريب:

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