

الدبلوم المهني لإدارة قنوات البيع (الموزعين)

بتاريخ

الرسوم ()

[سجل الآن](#)

٣١ ديسمبر - ٣١ ديسمبر ١٩٦٩



مقدمة:

تعتبر قناة التسويق كنظام داخلي بين المنظمات والمعني بصنع السلع والخدمات، والفاهيم المتاحة للاستهلاك من خلال تعزيز وزيادة الوقت، والكان. ان جوهر هذا البرنامج هو كيف يمكن للهؤسسات أن تنقل أشياء ذات قيمة من الجهات الفاهيمية، 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 المهام التي تؤديها هذه القنوات.
2. مناقشة كيفية تفاعل أعضاء القناة، وكيف ينتظرون لبدء عمل القناة.
3. تحديد بدائل القناة الرئيسية المفتوحة للشركة.
4. شرح كيف يهكن 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 العواهل التي تحدد هيكل سلسلة التوريد.
8. مناقشة دور الوساطة في سلسلة التوريد، والأدوار التي يهكن أن يقوم بها الوسطاء في سلاسل التوريد المختلفة.

المشاركون:

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



محتويات البرنامج:

- التعريف بهاهية التسويق والبيع
- التعريف بهفهوم الإستراتيجية التسويقية واهيتها
- استراتيجيات النهو التسويقي
- استراتيجيات التسويق في مختلف الظروف الاقتصادية
- مفهوم 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
- ادارة البيع في تجارة التجزئة
- تطبيقات ادارة مبيعات التجزئة
- أساليب إختيار 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 قناة 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

00971504646499 
 info@britishtc.org 
 www.britishtc.org 