

التسويق وقنوات التوزيع واستراتيجية الاستحواذ على عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة

عروض التدريب ٢٠٢٤-٢٠٢٥

المشروعات الصغيرة والمتوسطة

وصف البرنامج:

تم تصميم هذا البرنامج لتحديد أهم احتياجات العملاء من المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وبشكل خاص الجوانب المتعلقة بقنوات التوزيع وتجزئة السوق، وتحديد السوق المستهدفة والفرص والتحديات ويعالج هذا البرنامج الاستراتيجيات التي تعمل على تحسين الاستحواذ على العملاء من المشاريع الصغيرة والمتوسطة وذلك بشكل فعال يتواءم مع التطور السريع للمحددات المنظمة للسوق وتطوير المنتجات والخدمات المستمرة من البنوك العاملة في السوق المصرفي.

إلى من يوجه البرنامج:

يوجه هذه البرنامج لمسؤولي الائتمان - خدمة عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة - مديري علاقات عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة - مديري المناطق ومديري المراكز او وحدات الائتمان - كل من يتعامل مع عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

أهداف البرنامج:

بنهاية هذا البرنامج، سيتمكن المشاركون من:

- تعريف قنوات التوزيع وكيفية تقسيم السوق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة
- تطبيق استراتيجية الاستحواذ وقنوات التوزيع
- تحديد اهم عوامل نجاح خطة الاستحواذ على عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين

محتويات البرنامج:

الجزء الأول: تعريف قنوات التوزيع وكيفية تقسيم السوق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة

- مقدمة عن التسويق وقنوات التوزيع. eLearning
- تطور التسويق وقنوات التوزيع في السوق المصرفي عالمياً eLearning
- تطور القطاع المصرفي التحديات والفرص. eLearning
- تسويق الخدمات المصرفية eLearning
- تعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر
- عدد المنشآت وخصائصها
- التحديات والقيود التي يواجهها سوق المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة
- التسويق من الاستراتيجية الي التخطيط
- تطوير خطة تسويقية
- تحديد السوق المستهدفة eLearning
- تقسيم السوق eLearning
- طرق تقسيم السوق eLearning
- تقسيم السوق المستهدفة للبنك حسب نوع وأدائه وربحيه العميل



3064-P24-BA



تعلم مدمج



٣٢,٣٠ ساعة



٨٨٠٠
جنيه مصري

التسويق وقنوات التوزيع واستراتيجية الاستحواذ على عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة

عروض التدريب ٢٠٢٤-٢٠٢٥

المشروعات الصغيرة والمتوسطة

الجزء الثاني: تطبيق استراتيجية الاستحواذ وقنوات التوزيع

- عناصر المزيح التسويقي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة. eLearning
- إمكانيات السوق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة
- صوت العميل
- التسويق القائم على العلاقات
- التسويق القائم على المعاملات
- ترويج المنتجات المصرفية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة
- بدائل ترويج المبيعات
- قياس النجاح الترويجي

الجزء الثالث: تحديد اهم عوامل نجاح خطة الاستحواذ على عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين

- تحليل البيانات لاكتساب عملاء جدد واكتشاف فرص البيع للعملاء القائمين
- مفهوم رضا العميل
- ولاء العميل
- بناء الثقة
- استكشاف رغبات العميل
- مراحل دورة الشراء عند العميل
- مراحل دورة البيع عند العميل
- أسلوب البيع كمستشار مالي
- الانترنت والتسويق الرقمي وتطبيقاته. eLearning
- مميزات وعيوب التسويق الرقمي
- عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة القائمين والمرتبطين
- تطوير الاعمال ودورهم في دعم الاستحواذ على العملاء
- نصائح عملية للنجاح في الاستحواذ على عملاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة

استراتيجية التقييم:

سيتم تقييم المتدربين بناء على:

- ٣٠٪ التدريبات الجماعية وتبادل الادوار
- ٧٠٪ على دراسة الحالة أو الخطة المهنية الخاصة بالمشروع
- أجزاء التعلم الالكتروني: حصول المشارك على درجة ٥٠٪ من الاختبار القصير
بنهاية الجزء وعدد محاولات الإعادة ٣ مرات

اجتياز هذا البرنامج بنجاح يؤهل المتدربين للحصول على:

٢,٨ وحدات تعليم مستمر

اللغة المستخدمة:

العربية

متطلبات الحضور:

لا يوجد



3064-P24-BA



تعلم مدمج



٣,٣ ساعة



٨٨٠٠
جنيه مصري