التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

تنمية المبيعات عبر الحدود وإدارة العلاقات الدولية

Course Introduction

أصبح التوسع في الأسواق الدولية هدفًا استراتيجيًا للعديد من الشركات، لكنه يتطلب فهمًا دقيقًا لاختلافات الثقافات، آليات البيع، التنظيمات التجارية، والعلاقات العابرة للحدود، لهذا يركز هذا البرنامج التدريبي من **"بووست"** على تأهيل المشاركين لتصميم وتطبيق استراتيجيات مبيعات ناجحة في الأسواق الإقليمية والدولية، وبناء علاقات مهنية طويلة الأمد مع عملاء وشركاء عالميين.

Target Audience

- مسؤولو المبيعات والتسويق
- مديرو التصدير والعلاقات الدولية.
- مسؤولو تطوير الأعمال والشراكات التجارية.
- أصحاب الشركات الراغبين في التوسع دوليًا.

Learning Objectives

- فهم بيئة المبيعات الدولية والتحديات القانونية والثقافية المرتبطة بها.
- تطوير استراتيجيات دخول الأسواق الجديدة.
- بناء شبكات مهنية في الأسواق المستهدفة.
- التفاوض مع الشركاء الدوليين بفعالية.
- التعامل مع اختلاف العادات التجارية والثقافية.
- تخطيط سلاسل التوزيع العابرة للحدود.
- تطوير خطة مبيعات دولية متكاملة.

Course Outline

- **DAY 01**

مدخل إلى المبيعات الدولية وتحديات التوسع الخارجي

- ما الفرق بين المبيعات المحلية والدولية؟
- المزايا والعوائق الرئيسية للتوسع الخارجي.
- نماذج الأسواق الدولية (مفتوحة – مقيدة – شراكية).
- التحديات القانونية والضريبية والجغرافية.
- فهم البُعد الثقافي في التعامل التجاري.
- عوامل تقييم السوق المستهدف.
- دراسة حالة: نجاح أو فشل توسع تجاري خارجي.

استراتيجيات دخول الأسواق الجديدة

- نماذج الدخول: التصدير – التمثيل – الشراكات – الفروع.
- تحليل السوق: العرض – الطلب – المنافسة – التكاليف.
- أدوات بحوث السوق الدولية.
- التكييف التسويقي: كيف تقدم المنتج حسب السوق؟
- تسعير المنتجات والخدمات عبر العملات.
- اختبار الجدوى التجارية والمالية.
- تطبيق عملي: تخطيط أولي لدخول سوق جديد.

- **Day 02**

مهارات التفاوض الدولي متعدد الثقافات

- أساليب التفاوض حسب الثقافة.
- اللغة، التوقيت، البروتوكول كعناصر حاسمة.
- آداب الاجتماعات والعروض في ثقافات مختلفة.
- أدوات الترجمة والتحضير للقاءات الدولية.
- التعامل مع المفاوضات الافتراضية.
- بناء الثقة مع الشركاء الدوليين.
- تطبيق عملي: محاكاة تفاوض تجاري مع شريك أجنبي.

إدارة العلاقات الدولية طويلة الأمد

- الفرق بين البيع اللحظي والعلاقات الدائمة.
- أسس بناء شراكة قائمة على القيم والشفافية.
- تنظيم زيارات ومتابعات دورية دولية.
- احترام الأعياد والعادات في الرسائل والمتابعة.
- أدوات متابعة الشركاء والعقود.
- تطوير الثقة عبر الإنجاز التدريجي.
- تطبيق عملي: تطوير خطة علاقات استراتيجية لمدة عام مع 3 شركاء.

• **Day 03**

التسويق والمبيعات عبر الحدود الرقمية

- المبيعات الدولية في البيئة الرقمية.
- التسويق المتعدد اللغات والثقافات.
- القنوات الإعلانية الدولية.
- استهداف الجغرافيا والسلوك من خلال البيانات.
- تقديم تجربة مخصصة لعملاء دوليين عبر الموقع.
- أدوات الدفع والشحن والتعاملات الإلكترونية.
- تطبيق عملي: إعداد حملة تسويق دولية رقمية مصغرة.

تنظيم سلسلة التوزيع الدولية

- الفرق بين البيع المحلي والعابر للحدود في الخدمات اللوجستية.
- خيارات الشحن: مباشرة، عبر موزعين، عبر مستودعات.
- الاتفاقيات التجارية والتراخيص.
- الجمارك والوثائق الضرورية.
- التسعير المرتبط بالشحن والضرائب.
- آليات المتابعة والتعويض في حالات التأخير أو الخلل.
- تطبيق عملي: إعداد سلسلة توزيع لمنتج رقمي وآخر مادي.

• **Day 04**

أدوات إدارة وتوثيق المبيعات الدولية

- أنظمة CRM والمناطق/العملات الدولية وتعدد.
- توثيق العقود والفواتير بلغات مختلفة.
- تتبع الفرص البيعية في مراحل متعددة.
- إعداد تقارير الأداء حسب المنطقة أو البلد.

- الدمج بين الفرق الداخلية والشركاء الخارجيين.
- تطبيق عملي: إعداد تقارير مبيعات لثلاثة أسواق مختلفة.

• **Day 05**

التوسع المستدام وإدارة المخاطر الدولية

- ما هي مخاطر البيع عبر الحدود؟
- تقلب العملات والتضخم.
- المخاطر السياسية والاجتماعية.
- تفاوت القوانين بين الدول.
- إدارة العقود الدولية والاتفاقيات.
- إعداد خطة طوارئ لكل سوق مستهدف.
- عرض نماذج من شركات نجحت في التوسع العالمي.
- مشروع عملي شامل: تطوير خطة مبيعات دولية

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Aug. 18, 2025	Aug. 22, 2025	5 days	4250.00 $	UAE - Dubai
Dec. 15, 2025	Dec. 19, 2025	5 days	4950.00 $	Turkey - Antalya