CENTRAL BANK OF EGYPT
Egyptian Banking Institute
البنك المركزى المصرى
المعهد المصرفى المصرى

التسويق وقنوات التوزيع واستراتيجية الاستحواذ على عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة

عدد الساعات:

٣٢ ساعة ونصف

إلى من يوجه البرنامج:

يوجه هذا البرنامج إلى كل من يتعامل مع عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة (مسئولي الائتمان – خدمة عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة – مديري علاقات عملاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة– مديري المناطق ومديري المراكز او وحدات الائتمان)

وصف البرنامج:

تم تصميم هذا البرنامج لتناول مواضيع تهتم بالتركيز على أهم احتياجات العملاء من المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي لوحظت مؤخرا، بالأخص الجوانب المتعلقة بقنوات التوزيع وتجزئة السوق وتحديد السوق المستهدفة والفرص والتحديات ويعالج هذا البرنامج الاستراتيجيات التي تعمل علي تحسين الاستحواذ على العملاء من المشاريع الصغيرة والمتوسطة وذلك بشكل فعال يتواكب مع التطور السريع للمحددات المنظمة للسوق وتطوير المنتجات والخدمات المستمر من البنوك العاملة في السوق المصرفي.

أهداف البرنامج:

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

الجزء الثاني: تطبيق استراتيجية الاستحواذ وقنوات التوزيع

- عناصر المزيج 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 رضاء 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 والمرتقبين
- 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
- يجب على كل مشارك حضور ٨٠٪ من إجمالي ساعات البرنامج.
- 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

HOTLINE 15200
One number to better serve you!

Headquarters – Nasr City
22 A, Dr. Anwar El Mofty St., Tiba 2000
P.O.Box 8164 Nasr City, Cairo, Egypt
Tel.: (+2) 02 24054472
Fax: (+2) 02 24054471

Working hours: 9:00 am - 5:00 pm
www.ebi.gov.eg

Like us on
facebook.com/EgyptianBankingInstitute

Follow us on
twitter.com/EBItweets

Join us on
linkedin.com/company/egyptian-banking-institute

Watch us on
YouTube Channel: Egyptian Banking Institute (EBI)