

منشآت

monsha'at

الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority

WORLD TRAFFIC

Analysis



نموذج خطة المبيعات

المحتويات

مقدمة

أنواع خطة المبيعات

مواصفات خطة
المبيعات الناجحة

خطوات مهمة قبل
كتابة خطة المبيعات

عناصر خطة المبيعات

المؤشرات الرئيسية
للأداء

آلية تحديد الميزانية

نموذج لخطة المبيعات

تعد خطة المبيعات من أهم الخطوات التي يجب عليك اتباعها للحصول على أكبر قدر ممكن من المبيعات عبر استراتيجية مدروسة بحكمة، فهي توقع شهري أو سنوي لمستوى المبيعات المتوقع تحقيقه خلال فترة زمنية محددة بتركيزها على زيادة المبيعات وتحسين نتائجها.

تعتبر خطة المبيعات من أساسيات نجاح أي مشروع تجاري وضرورة ملحة لدعم نمو الشركات والحفاظ على استقرارها وزيادة أرباحها سنويًا، لذلك ينبغي تصميم خطة مبيعات محكمة لأنه بدون عملية التخطيط لن تتمكن من الوصول إلى هدفك النهائي.

أنواع خطة المبيعات

مما لا شك فيه أنه لا يوجد نوع أو نموذج معين لخطة المبيعات، ولكن تختلف أشكالها باختلاف طبيعة العمل، وبالرغم من أن هذه الخطط متنوعة إلا أنها تتشابه إلى حد كبير من أهم هذه الأنواع التالي:

« خطة مبيعات سنوية أو ربع أسبوعية

وهي خطة تقليدية تتضمن عدة أهداف منها الإيرادات والاستراتيجيات التي تنقضي بانقضاء فترة زمنية محددة.

« خطة ميزانية المبيعات

وهي خطة بدورها أن تتنبأ بأي عوامل أو مؤثرات قد تؤثر على الإيرادات والموارد وفقاً لإطار زمني محدد المدة.

« خطة مبيعات محاذاة التسويق

يمكنك إنشاء خطة مبيعات محاذاة للتسويق إذا لم تقم منشأتك بمحاذاة كلا القسمين بعد، سينصب تركيز الخطة على إنشاء ملفات تعريف مثالية للعملاء وشخصيات المشتري وملائمة رسائل التسويق مع عرض منتجات المبيعات.

أنواع خطة المبيعات

« خطة المبيعات على أساس المنطقة

وهي خطة تتضمن عدد من الاستراتيجيات لمديري وفريق المبيعات عبر مناطق مختلفة مع مراعاة بيئة العمل في منطقة جغرافية معينة.

« خطة التوسع في السوق

يهتم هذا النوع من خطط المبيعات بشكل خاص بمعالجة السوق المستهدف في منطقة جغرافية جديدة، ستأخذ في الاعتبار عادةً تكاليف التوزيع وإن أمكن الاختلافات في المنطقة الزمنية بين مندوبي المبيعات والمشتريين المستهدفين، بالإضافة إلى عوامل لوجستية أخرى.

مواصفات خطة المبيعات الناجحة

💡 بسيطة

كلما كانت الخطة سهلة الفهم وواضحة للفريق تفاصيلها كلما كانت خطة ناجحة، لا يتعارض التبسيط مع التفاصيل ولكن تسهيلها ليكون الجميع قادر على فهمها وبالتالي تؤثر على أدائهم إيجابيًا.

↔ معقولة

دائمًا ما تعتمد الخطة الناجحة على منطقيتها وملاءمتها للمرحلة التي يمر بها مشروعك، لا تضع أرقامًا بالنسبة لك هي حلم لكن واقعيًا لا يمكن تحصيلها في الفترة الحالية

🔊 اقتصادية

كلما كانت الخطة توفر عليك جهد وتكاليف مادية كلما كانت خطة ناجحة، إلا أن الهدف النهائي منها هو توفير الجهد والمصاريف في المشروع.

خطوات مهمة قبل كتابة خطة المبيعات

مراقبة تقدم الفريق في الأهداف التنظيمية

حدد الأدوار والمسؤوليات للفريق

قدم التوجيه الاستراتيجي للفريق

قم بتزويد فريقك بأهداف المشروع الذي يعملون عليه



المؤشرات الرئيسية للأداء

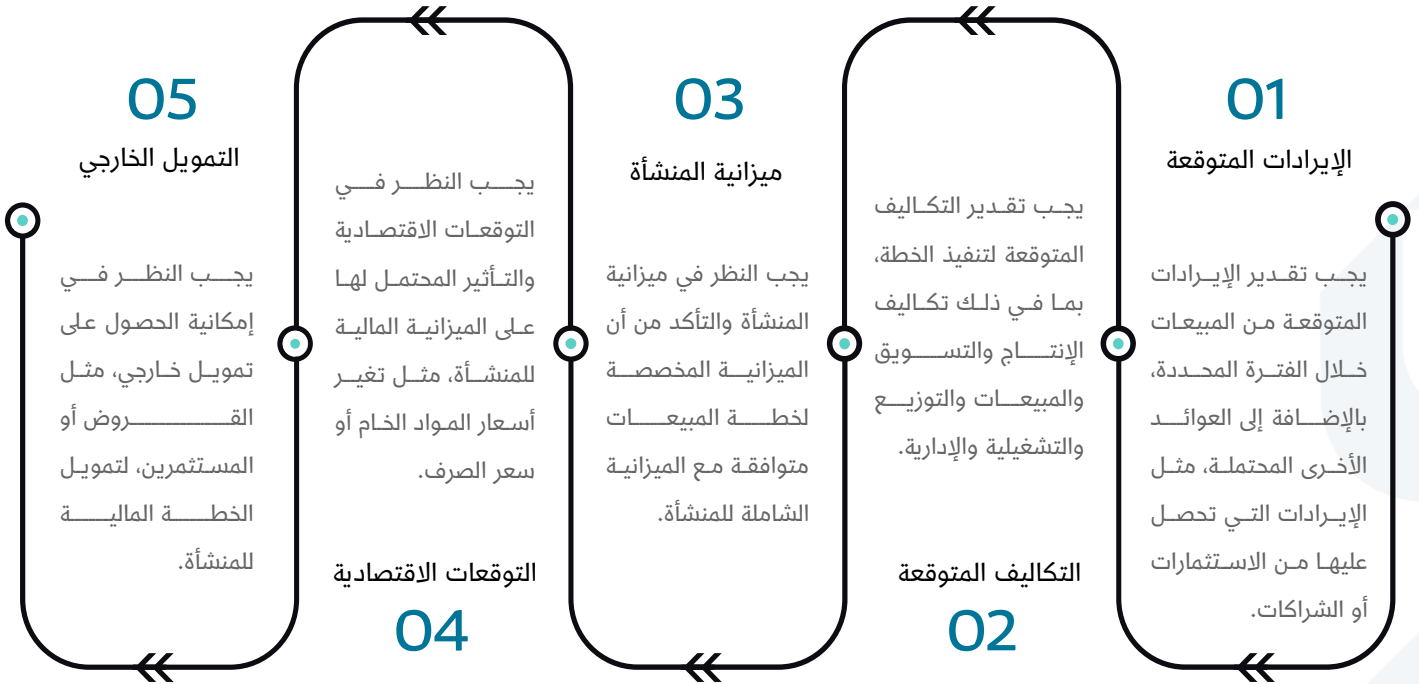
تختلف المؤشرات الرئيسية التي يمكن استخدامها لقياس نجاح خطة المبيعات باختلاف المنشآت والمنتجات والخدمات المعنية، ولكن من بين المؤشرات الرئيسية التي يمكن استخدامها لقياس نجاح خطة المبيعات:



تستخدم المنشآت عادة مؤشرات متعددة لقياس نجاح خططها، وذلك لتقييم الأداء الشامل وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها.

آلية تحديد الميزانية

يتطلب تحديد الميزانية المالية المتاحة لخطة المبيعات النظر في العوامل المختلفة التي تؤثر على الميزانية، ومن بين هذه العوامل:



خطوات مهمة قبل كتابة خطة المبيعات

تتضمن عملية قياس خطة المبيعات عدة خطوات، ومن بينها:

تحليل البيانات

يجب تحليل البيانات المجمعة لتقييم الأداء بالنسبة لكل مؤشر، وتحديد مدى تحقيق الأهداف المرجوة.

تجميع البيانات

يجب جمع البيانات اللازمة لحساب المؤشرات المختلفة، مثل بيانات المبيعات وعدد العملاء وتكلفة الاكتساب.

تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء

يجب تحديد المؤشرات الرئيسية التي سيتم استخدامها لقياس الأداء خلال فترة تنفيذ الخطة، وتحديد الأهداف المرجوة لكل مؤشر.

إعداد التقارير

يجب إعداد تقارير منتظمة حول أداء الخطة وتقديمها للجهات المعنية، مثل الإدارة العليا وفرق المبيعات والتسويق.

إجراء التعديلات اللازمة

يجب إجراء التعديلات اللازمة على الخطة إذا لزم الأمر، مثل تحديث الاستراتيجيات أو تحديد الميزانية المالية بشكل مختلف.

تقييم الأداء الشامل

يجب تقييم الأداء الشامل للخطة بناءً على المؤشرات المختلفة، وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين والمجالات التي تم تحقيق النجاح فيها.

يتطلب قياس خطة المبيعات الدقة والاهتمام بالتفاصيل لتحقيق أفضل النتائج، واستخدام الأدوات المناسبة لجمع وتحليل البيانات وتقديم التقارير.



نموذج خطة المبيعات يمكن الاستعانة بها ولا تُغني عن استشارة مختص. [للتحميل](#)

وصف المنتج أو الخدمة

يتضمن هذا الجزء وصفاً مفصلاً للمنتج أو الخدمة المعروضة، بما في ذلك ميزاتها وفوائدها والمشاكل التي يمكن أن تحلها

المنتج/الخدمة	الوصف	الفئة	السعر
خدمة (أ)	خدمة (أ) هي خدمة متخصصة تقدمها شركتنا لعملائنا. تتميز خدمة (أ) بالجودة العالية والاعتمادية والتوافر العالي. تشمل خدمة (أ) عدة خيارات تناسب احتياجات العملاء المختلفة	خدمات الصيانة	100 ريال / للساعة

تحديد الأهداف

يتم تحديد الأهداف الرئيسية للمبيعات، مثل زيادة حصة السوق أو زيادة الإيرادات أو زيادة عدد العملاء.

الهدف	الفترة الزمنية	الرقم المستهدف	الخطوات
زيادة الإيرادات	نهاية العام	زيادة الإيرادات بنسبة 15% في العام	تطوير الخدمات الجديدة، تحسين العلاقات مع العملاء الحاليين، توسيع الشبكة الداخلية

تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء

يتم تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء والتي يتم قياسها لتقييم نجاح الخطة، مثل معدل التحويل أو حجم المبيعات أو حصة السوق.

المؤشر	الوصف	الهدف
الإيرادات	إجمالي المبيعات المحققة	زيادة الإيرادات بنسبة 15% في العام



نموذج خطة المبيعات يمكن الاستعانة بها ولا تُغني عن استشارة مختص. [للتحميل](#)



تحديد العملاء المستهدفين

يتم تحديد المجموعات الرئيسية للعملاء المستهدفين وتحليل احتياجاتهم ومتطلباتهم وتحديد المزايا التي ستدفعهم لشراء المنتج أو الخدمة.

المزايا المميزة	تحليل الاحتياجات والمتطلبات	المجموعة الرئيسية
توفير منتجات وخدمات عالية الجودة وتجربة شراء مريحة ودعم فني متميز	الحاجة إلى منتجات وخدمات عالية الجودة وتجربة شراء مريحة	العملاء الفرديين

تحديد الاستراتيجيات والخطط

يتم تحديد الاستراتيجيات والخطط التي ستساعد في تحقيق الأهداف المحددة، مثل تطوير عروض خاصة أو تحسين خدمة العملاء أو تطوير شبكة التوزيع.

الخطة	الاستراتيجية	الفئة
تقديم العروض الترويجية والخصومات لتشجيع العملاء الحاليين على الشراء	التواصل الدوري بالعملاء لتقييم رضاهم عن المنتجات والخدمات	العملاء الحاليين

جدولة الأنشطة

يتم جدولة الأنشطة المختلفة وتحديد الوقت المحدد لتنفيذها والمسؤوليات المحددة لكل مهمة.

المسؤول	التاريخ المحدد	النشاط
قسم المبيعات	01 مارس	تقديم العروض الترويجية للعملاء الحاليين

نموذج خطة المبيعات يمكن الاستعانة بها ولا تُغني عن استشارة مختص. [للتحميل](#)



تحديد الميزانية

يتم تحديد الميزانية المتاحة لتمويل الخطة وتوزيع النفقات على الأنشطة المختلفة.

الميزانية المخصصة	النشاط
10000 ريال	تقديم العروض الترويجية للعملاء الحاليين

متابعة وتقييم

يتم متابعة الخطة وتقييم تأثيرها على الأداء وإجراء التعديلات اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة.

التاريخ	النشاط	الهدف	النتيجة	التقييم
2023/12/30	تقديم العروض الترويجية للعملاء الحاليين	زيادة الإيرادات بنسبة 15% في العام	زيادة الإيرادات بنسبة 5% في العام	غير ناجح



وصف الخدمة

خدمة إلكترونية تهدف لدعم رواد الأعمال وملاك المنشآت الصغيرة والمتوسطة والمهتمين في مجال الأعمال عن طريق إثرائهم بالمعرفة اللازمة من خلال توفير أدلة الكترونية وكتيبات ونماذج تحتوي على أفضل الممارسات والمعلومات القابلة للتطبيق والتي تساعد على تطوير الأعمال واستدامتها.

أهداف الخدمة

- توفير أدوات تخطيط الأعمال عن طريق وثائق استرشادية تساعد على ترتيب وتبويب المعلومات مثل دراسة الجدوى وخطة العمل.
- توفير مصادر تساعد على رفع جاهزية المنشآت لدراسة الأسواق والقطاعات والتعريف بفرص النمو.
- إتاحة المعلومات والإرشادات الموجهة لمجتمع الأعمال التي تقدمها منشآت والجهات الأخرى الحكومية والخاصة.

أبرز ما تقدم الخدمة:

الأدلة والكتيبات

هي محتويات مكتوبة بلغة سهلة وتشمل انفوجرافيك ورسومات توضيحية تهدف إلى التعريف بوظائف الأعمال أو أفضل الممارسات.

النماذج والأدوات

وثائق استرشادية تساعد على ترتيب وتبويب المعلومات وتحتوي على خانات وإرشادات لتعبئتها واستخدامها.

الروابط

روابط للجهات الحكومية والخاصة التي تحتوي معلومات وإرشادات وخدمات تفيد رواد الأعمال وملاك المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

منشآت
monsha'at
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority