JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

# دورة قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين

22 – 26 أغسطس 2027

أونلاين

info@jupiterprime.uk

**jupiterprime.uk**

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

# دورة قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين

**المرجع:** 88818_2367 **التاريخ:** 22 – 26 أغسطس 2027 **المكان:** أونلاين **الرسوم:** GBP 1900

قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري الفعاليات والتسويق والمبيعات الذين يقودون فرق الأجنحة في المعارض، ويعد فيها كل مشارك خطة أداء الجناح وتحويل العملاء المحتملين. فالمعارض من الأماكن القليلة التي يلتقي فيها المشترون والشركاء والمنافسون وجها لوجه، ولذلك يجب أن يسترد كل جناح تكلفته من خلال محادثات مؤهلة مع الزوار. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين.

## لماذا تهم قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين الآن

تتشكل المشاركة في المعارض اليوم تحت ضغط ثلاث قوى. فالمديرون الماليون يطلبون دليلا على أن كل معرض يسترد ما أنفق عليه، والزوار يصلون بقوائم مختصرة أعدوها مسبقا وصبر محدود، فيكسب الجناح الذي يستطيع موظفوه تأهيل المحادثة خلال دقائق. أما فرق المبيعات فتنتظر جهات اتصال مصنفة وجاهزة للمتابعة، لا قوائم مسح بطاقات تصل بعد أسابيع. والعارض الذي يقود فريق جناحه بإتقان يحول أياما قليلة في المعرض إلى فرص بيع قابلة للقياس، أما من يهمل ذلك فيدفع ثمن الحضور والزحام وحدهما. وتقوم الدورة على تحديد أهداف المشاركة وتأهيل الزوار وقياس العائد من المعرض في الممارسة اليومية.

## المستفيدون من قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين

- مسؤولو الفعاليات الذين يختارون المعارض ويديرون ميزانية الجناح
- مسؤولو التسويق الذين يوجهون مصممي الأجنحة ويصوغون رسائل الزوار
- مسؤولو المبيعات الذين يوفرون موظفي الجناح ويتولون تحويل جهات الاتصال
- مسؤولو المنتجات والدعم الفني الذين يقدمون العروض التوضيحية للمشترين
- منسقو العمليات الذين يتابعون المقاولين والشحن وجداول التركيب

وتستفيد الجهات العارضة أكثر حين يحضر مديرو الفعاليات والتسويق والمبيعات معا ويتفقون على خطة واحدة للجناح.

## قدرات قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين

ينتقل المشاركون من حجز مساحة العرض إلى قيادة جناح يقاس بعدد المحادثات التي تحولت إلى فرص، لا بعدد الزوار.

- تحديد أهداف المشاركة وأعداد الزوار المستهدفة وربطها بفرص البيع — قرار المشاركة في كل معرض أو الاعتذار عنه
- صياغة موجزات تصميم الجناح والمقاولين بما يخدم حركة الزوار — وكالات التصميم ومقاولو التركيب
- بناء جداول المناوبة وأدوار الجناح والإحاطات اليومية — قادة الجناح وموظفو المبيعات
- تطبيق روتين لتأهيل الزوار ومعيار لجمع بيانات العملاء المحتملين — مديرو المبيعات المستلمون لجهات الاتصال
- تصميم تسلسل للمتابعة بعد المعرض بمواعيد استجابة محددة — مسؤولو الحسابات وفرق التسويق
- حساب العائد من المعرض من تكلفة العميل المحتمل وقيمة فرص البيع — الشركاء الماليون والرعاة من الإدارة العليا

## مصطلحات قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين الأساسية

- العائد من المعرض — ما يحققه المعرض من فرص بيع ومبيعات وعلاقات مقارنة بتكلفته الكلية.
- تكلفة العميل المحتمل المؤهل — إجمالي تكلفة المشاركة مقسوما على عدد جهات الاتصال التي تستوفي معايير التأهيل المتفق عليها.
- قائد الجناح — الشخص الذي يدير الجناح خلال أيام المعرض ويقود الإحاطات اليومية.
- تأهيل العميل المحتمل — مجموعة قصيرة من الأسئلة تصنف الزوار حسب الحاجة والصلاحية والتوقيت والملاءمة.
- دليل العارض — قواعد الجهة المنظمة للتركيب والمواعيد النهائية وسلوك الجناح.
- نافذة المتابعة — الفترة المتفق عليها بعد المعرض التي يجب أن يتواصل خلالها المسؤول مع كل عميل محتمل.

## قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين يوما بيوم

### اليوم 1: اختيار المعارض وأهداف المشاركة

- تقييم محفظة المعارض — أي المعارض تستحق مكانا في التقويم
- مطابقة ملف الزوار — مدى توافق الجمهور مع المشترين المستهدفين
- سلم أهداف المشاركة — الوعي أو العملاء المحتملون أو الاجتماعات أو الطلبات المباشرة
- بناء ميزانية الجناح — المساحة والتركيب والسفر والتكاليف الخفية
- مستهدفات الاجتماعات قبل المعرض — المواعيد المحجوزة مقابل الزوار العابرين

## اليوم 2: تصميم الجناح والمقاولون والخدمات اللوجستية

- مخطط الجناح وحركة الزوار — مناطق الاستقبال والعروض والاجتماعات
- موجز وكالة التصميم — تسلسل الرسائل والرسومات وخطوط الرؤية
- نطاق عمل مقاول التركيب — المسؤوليات والمواعيد النهائية وطلبات التغيير
- قائمة تحقق دليل العارض — قواعد المنظم والخدمات وواجبات السلامة
- الجدول الزمني للشحن والتركيب — الشحن والتخزين وتسلسل الفك

## اليوم 3: قيادة فريق الجناح خلال أيام المعرض

- تصميم جدول المناوبة — التغطية والاستراحات وقوة الفريق في ساعات الذروة
- بطاقات أدوار الجناح — المستقبل والمؤهل ومقدم العرض ومن يغلق المحادثة
- الإحاطة الصباحية للجناح — المستهدفات اليومية والرسائل والزوار الرئيسيون
- معايير سلوك الجناح — الهواتف والطعام والوقفة ولغة الجسد المنفتحة
- روتين المراجعة المسائية — أعداد العملاء المحتملين والمشكلات وتعديلات اليوم التالي

## اليوم 4: التفاعل مع الزوار وجمع بيانات العملاء المحتملين

- أسئلة الافتتاح — تحويل المارين أمام الجناح إلى محادثات
- مجموعة أسئلة التأهيل — الحاجة والصلاحية والتوقيت والملاءمة
- نموذج جمع البيانات ومسح البطاقات — حقول يستطيع فريق المبيعات العمل عليها
- نظام تصنيف العملاء المحتملين — فئات ساخنة ودافئة وأخرى للرعاية
- إنهاء المحادثة بلباقة — الخروج من المحادثات غير المؤهلة دون إساءة

## اليوم 5: ممارسة خطة أداء الجناح وتحويل العملاء المحتملين

- تصميم تسلسل المتابعة — المسؤولون والمواعيد ومحتوى الرسائل
- حساب العائد من المعرض — تكلفة العميل المحتمل وقيمة فرص البيع
- تمرين المناوبة والإحاطة — تطبيق أدوار الجناح على سيناريو حي
- اختبار الأهداف والميزانية — مراجعة اختيار المعرض في ضوء النتائج
- خطة أداء الجناح وتحويل العملاء المحتملين — المسودة النهائية لاعتماد الراعي

## تطبيق قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين بعد الدورة

- إجراء تمرين على أسئلة التأهيل وبطاقات الأدوار مع فريق الجناح قبل المعرض القادم
- تصنيف العملاء المحتملين من آخر معرض وفق نظام التصنيف الجديد ورفع تقرير العائد من المعرض إلى الراعي

## أسئلة حول قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين

### ما قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين، ولماذا تهم الآن؟

هي ممارسة قيادة فريق الجناح بحيث يتحول زوار المعرض إلى عملاء محتملين مؤهلين تجري متابعتهم. وتهم الآن لأن أصحاب الميزانيات ينتظرون من كل معرض عائدا قابلا للقياس.

### من يستفيد أكثر من قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين؟

يستفيد أكثر مديرو الفعاليات والتسويق والمبيعات الذين يديرون الأجنحة. كما يستفيد مسؤولو المنتجات ومنسقو المقاولين والشحن.

### كيف تختلف دورة قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين عن دورة تنظيم المعارض؟

تتناول هذه الدورة جانب العارض داخل القاعة. فدورة تنظيم المعارض تغطي بيع المساحات وإدارة المكان، أما هذه فتغطي قيادة موظفي الجناح وتحويل العملاء المحتملين.

### ماذا تعود به من دورة قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين؟

تعود بخطة للجناح تغطي الأهداف والميزانية وموجز المقاولين وجدول المناوبة وأسئلة التأهيل وتسلسل المتابعة وحساب العائد من المعرض.

### قيادة فرق أجنحة العارضين وتحويل العملاء المحتملين: الطريق إلى الأمام

توجه خطة أداء الجناح وتحويل العملاء المحتملين أولا قرار ما إذا كان المعرض القادم يستحق مكانه وميزانيته. يوجه بها مسؤولو الفعاليات المقاولين، ويدير منها قادة الأجنحة المناوبات، ويتابع بها مديرو المبيعات العملاء في مواعيدهم. وبعد أول استخدام لها تستحق أسئلة التأهيل وتكلفة العميل المحتمل المراجعة لتحسين المعرض التالي.