

المقدمة:

تعد هذه الدورة التدريبية أداة هامة للمستشارين ومديري الأعمال الذين يسعون لتحقيق أرباح عالية للمؤسسة. تركز الدورة على كيفية إنشاء علاقات قائمة على القيمة مع الحسابات الرئيسية للعملاء، مع تقديم طريقة عملية لفهم الحسابات القوية الحالية وزيادة عددها. سيتعلم المشاركون كيفية وضع خطط لتطوير الحسابات، وبناء علاقات تجارية متينة مع الحسابات الاستراتيجية، وتصميم استراتيجيات احتفاظ مربحة. كما تركز الدورة على استخدام المنهجيات الكمية لتأهيل الحسابات وعرض أفضل الممارسات لإدارة الخدمات التي تساهم في نمو الحسابات الاستراتيجية والحفاظ عليها.

الفئات المستهدفة:

- مدراء المبيعات الذين يشرفون على تطوير العملاء الرئيسيين.
- مدراء حسابات العملاء المسؤولين عن إدارة العلاقات والأداء مع العملاء الاستراتيجيين.
- الموظفون الذين يتطلعون إلى فهم الممارسات الحديثة في إدارة العملاء وتطوير مسيرتهم المهنية في إدارة حسابات العملاء الرئيسية.
- أي شخص يجد نفسه في حاجة إلى هذه الدورة ويرغب في تطوير مهاراته وخبراته في هذا المجال.

الأهداف التدريبية:

بنهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

1. تحديد مهام وأهمية حسابات العملاء الرئيسيين بالنسبة للمؤسسة التجارية.
2. تصنيف وترتيب أولويات حسابات العملاء الرئيسية بناءً على ربحيتها وأهميتها الاستراتيجية.
3. تصنيف المستويات المختلفة من العلاقات مع العملاء لتعزيز أسلوب التفاعل معهم.
4. وضع الخطط والاستراتيجيات اللازمة لتطوير حسابات العملاء الرئيسية.
5. بناء كفاءات إدارة حسابات العملاء الرئيسية لمواجهة التحديات المتغيرة في السوق.

الكفاءات المستهدفة:

- تخطيط وإدارة حسابات العملاء.
- مهارات التواصل الفعال.
- تحديد تكلفة خدمة الحسابات.
- نماذج تصنيف حسابات العملاء.

• استراتيجيات الحفاظ على ولاء العملاء.

• دراسة وتحليل سلوكيات العملاء.

• إدارة الخدمات.

• إعداد تقارير الأداء الخاصة بالحسابات.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: تعريف إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية

• التغييرات في طبيعة نشاط فريق المبيعات.

• تعريف إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية.

• الفروق بين إدارة حسابات "المبيعات" و "الإستراتيجية".

• معايير كفاءة حسابات العملاء الاستراتيجية.

• عملية إدارة الحسابات الاستراتيجية.

الوحدة الثانية: تحليل حسابات العملاء، تحديد واختيار الحسابات

• مقدمة عن تحليل حسابات العملاء.

• أساليب تحليل حسابات العملاء.

• نماذج العامل الواحد.

• نماذج ملف العملاء.

• أهمية وضع معايير لتحديد ربحية الحسابات.

• حساب التكلفة حسب الطلب.

• حجم مبيعات نقطة التعادل.

• تحديد أهم 10 خصائص للحساب الاستراتيجي.

• برنامج تحديد واختيار الحسابات الاستراتيجية: SAMS.

• المبادئ التوجيهية لاستخدام SAMS.

• كيفية تفسير تقرير SAMS.

الوحدة الثالثة: نموذج تطوير حسابات العملاء الاستراتيجية

• تعريف شراكة العمل.

• مجموعة المهارات المطلوبة لبناء شراكات ناجحة.

• نموذج تطوير العلاقات مع الحسابات الرئيسية:

0 مرحلة ما قبل بدء العلاقة.

0 مرحلة العلاقة المبكرة.

0 مرحلة منتصف العلاقة.

0 مرحلة علاقة الشراكة.

0 مرحلة التعاون وانسجام العلاقة.

• أسباب فشل الشراكات.

الوحدة الرابعة: عملية التخطيط للحسابات الاستراتيجية

• مراحل عملية التخطيط.

• تحديد أولويات الحسابات.

• تحليل الأعمال الهامة:

0 تحليل العملاء.

0 تحليل الأعمال السابقة.

0 تحليل المنافسة.

0 تحديد الفرص.

• تحليل SWOT (نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات).

- وضع استراتيجية الحساب.
- تحليل TOWS.
- مراقبة أداء الحسابات.
- محاذاة خطة الحساب مع مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) والمقاييس.
- استخدام بطاقة الأداء المتوازن لمراقبة الأداء العام للحساب.

الوحدة الخامسة: إدارة الحسابات وإدارة الخدمات

- أنواع البيانات المطلوبة لدراسة الحسابات.
- صياغة استبيانات لتحديد احتياجات وتوقعات الحسابات.
- بحوث "مؤشرات توقعات العملاء".
- أسباب دمج خدمة العملاء تحت إدارة حساب استراتيجي (SAM).
- القيادة الفعّالة للخدمات القابلة للتنفيذ.
- قيمة ولاء العملاء وتأثيره على القيمة الدائمة للعميل (LTV).
- مخطط بناء ولاء العملاء وطرق الحفاظ عليهم.