



إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية



إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية

المقدمة:

تساعد هذه الدورة التدريبية مستشاري ومندوبي الأعمال على تحقيق الربح العالي للمؤسسة كما توضح للمشاركين كيفية إنشاء علاقات مبنية على القيمة مع حسابات العملاء الرئيسية، وتوفير الدورة طريقة عملية لفهم الحسابات الحالية القوية وزيادة عددها. وسوف يتعلم المشاركون كيفية وضع خطط لتطوير الحساب، وتشكيل علاقات تجارية قوية مع الحسابات، وإنشاء استراتيجيات احتفاظ مربحة. كما تركز الدورة على النهجيات الكهية لتأهيل الحساب وعرض أفضل الممارسات في إدارة الخدمات اللازمة لنمو وبقاء الحسابات الاستراتيجية.

الفئات المستهدفة:

- مندوبي المبيعات الذين يشرفون على تطوير العملاء الرئيسيين.
- مندوبي حسابات العملاء المسؤولين عن إدارة العلاقة والانداء مع العملاء الاستراتيجيين.
- الموظفين ذوي المهام المختلفة الذين يسعون إلى فهم الممارسات الحديثة لإدارة العملاء وتطوير مسيرتهم المهنية في إدارة حسابات العملاء الرئيسية.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد مهام حسابات العملاء الرئيسية، وأهميتها بالنسبة للمؤسسة تجارية.
- تحديد وترتيب أولويات حسابات العملاء الرئيسية لقياس الربحية وأهميتها الاستراتيجية.
- تصنيف المستويات المختلفة من العلاقات مع العملاء لتعزيز طريقة التفاعل معهم.
- وضع الخطط والاستراتيجيات اللازمة التي تركز على العملاء لتطوير حسابات العملاء الرئيسية.
- بناء كفاءات حساب العملاء الرئيسي لمواجهة التحديات المتغيرة في السوق.

الكفاءات المستهدفة:

- تخطيط حساب العملاء.
- مهارات التواصل.
- تكلفة خدمة الحسابات.
- نهج تصنيف حساب العملاء.
- الحفاظ على ولاء العملاء.
- دراسة العملاء.
- إدارة الخدمات.
- إعداد تقارير الانداء.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، تعريف إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية:

- تغير طبيعة نشاط فريق المبيعات
- تعريف إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية
- الفرق بين إدارة حسابات "المبيعات" و "الاستراتيجية"
- معايير كفاءة حسابات العملاء الاستراتيجية
- عملية إدارة الحسابات الاستراتيجية

الوحدة الثانية، تحليل حساب العملاء، تحديد واختيار حسابات العملاء:

- نظرة حول تحليل حساب العملاء
- طرق تحليل حساب العملاء
- نهج العامل الواحد
- نهج ملف العملاء
- أهمية وضع معايير لتحديد ربحية الحسابات
- حساب التكلفة حسب الطلب
- حجر مبيعات نقطة التعادل
- حصر أعلى 10 خصائص للحساب الاستراتيجي
- برنامج تحديد واختيار الحساب الاستراتيجي: SAMS
- مبادئ توجيهية لاستخدام SAMS
- تفسير تقرير SAMS

الوحدة الثالثة، نهج تطوير حساب العملاء الاستراتيجي:

- تعريف شراكة العميل
- مجموعة مهارات الشراكة
- نهج تطوير العلاقات لحسابات العملاء الرئيسية:
- مرحلة ما قبل بدء العلاقة
- مرحلة العلاقة المبكرة
- مرحلة منتصف العلاقة
- مرحلة علاقة الشراكة
- مرحلة التعاون وأنسجام العلاقة
- أسباب فشل الشراكات

الوحدة الرابعة، عملية التخطيط للحسابات الاستراتيجية:

- مرحلي التخطيط
- تحديد الأولويات
- تحليل الأعمال الهامة:
- تحليل العملاء
- تحليل الأعمال السابقة
- تحليل المنافسة
- تحديد الفرص
- تحليل SWOT
- وضع إستراتيجية الحساب
- تحليل TOWS
- مراقبة أداء الحساب
- محاكاة خطة الحساب مع مؤشرات الأداء الرئيسية والمقاييس
- استخدام بطاقة الأداء المتوازن لمراقبة الأداء العام للحساب

الوحدة الخامسة، إدارة الحساب وإدارة الخدمات:

- أنواع البيانات المطلوبة لدراسة الحسابات
- صياغة استبيانات لتحديد احتياجات وتوقعات الحسابات
- بحث "مؤشرات توقعات العملاء"
- أسباب دمج خدمة العملاء تحت إدارة حساب استراتيجي SAM
- قيادة الخدمة القابلة للتنفيذ
- قيمة ولاء العملاء والقيمة الدائمة للعميل LTV
- مخطط لبناء ولاء العملاء والاحتفاظ بهم