

إدارة الحسابات الاستراتيجية

لمحة عامة

- تساعد هذه الدورة التدريبية مستشاري ومدراء الأعمال على تحقيق الربح العالي للمؤسسة كما توضح للمشاركين كيفية إنشاء علاقات مبنية على القيمة مع حسابات العملاء الرئيسية، وتوفر 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 المنهجيات الكمية لتأهيل الحساب وعرض أفضل الممارسات في إدارة الخدمات اللازمة لنمو وبقاء الحسابات الاستراتيجية.

المنهجية

- تتضمن هذه الدورة أدوات التقييم الذاتي والتخطيط والنماذج التحليلية واختبارات القياسات النفسية لقياس القدرة على استيعاب أنماط الشخصيات المختلفة. بالإضافة إلى ذلك تتضمن هذه الدورة التدريبية التمارين الجماعية ودراسات الحالة.

أهداف الدورة

- تحديد مهام حسابات العملاء الرئيسية، وأهميتها بالنسبة لمؤسسة 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

الفئات المستهدفة

- الموظفين ذوي المهام المختلفة الذين يسعون إلى فهم الممارسات الحديثة لإدارة العملاء وتطوير مسيرتهم المهنية في إدارة حسابات العملاء الرئيسية. كما صُممت هذه الدورة لمدراء المبيعات الذين يشرفون على تطوير العملاء الرئيسيين، وكذلك لمدراء حسابات العملاء المسؤولين عن إدارة العلاقة والأداء مع العملاء الاستراتيجيين.

المحاور العلمية

- تخطيط حساب العملاء
- مهارات التواصل
- تكلفة خدمة الحسابات
- نماذج تصنيف حساب العملاء
- الحفاظ على ولاء العملاء
- دراسة العملاء
- إدارة الخدمات
- إعداد تقارير الأداء

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

تحليل حساب العملاء: تحديد واختيار حسابات العملاء

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

نموذج تطوير حساب العملاء الاستراتيجي

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

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
- محاذاة خطة الحساب مع مؤشرات الأداء الرئيسية والمقاييس
- استخدام بطاقة الأداء المتوازن لمراقبة الأداء العام للحساب

إدارة الحساب 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)
- قيادة الخدمة القابلة للتنفيذ
- قيمة ولاء العملاء والقيمة الدائمة للعميل (LTV)
- مخطط لبناء ولاء العملاء والاحتفاظ بهم