

رقم الدورة 1799

دورة إدارة الحسابات الرئيسية وإدارة العملاء الاستراتيجيين

إدارة المبيعات وتطوير الأعمال
المبيعات والتسويق وتجربة العملاء

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة إدارة الحسابات الرئيسية وإدارة العملاء الاستراتيجيين برنامجاً تدريبياً متقدماً يهدف إلى تطوير القدرات الاستراتيجية والتجارية والقيادية اللازمة لإدارة أهم العملاء وأكثرهم تأثيراً في أداء المؤسسة. وتركز الدورة على تحويل إدارة الحسابات الرئيسية من نشاط بيعي تقليدي إلى منهج استراتيجي متكامل يدعم الاحتفاظ بالعملاء، وتنمية الحسابات، وزيادة الإيرادات، وتعزيز القيمة طويلة الأجل للعلاقات التجارية.

تمثل الحسابات الرئيسية والعملاء الاستراتيجيون مصدراً مهماً للإيرادات والنمو والتوسع في الأسواق، ولذلك فإن إدارتهم تتطلب فهماً عميقاً لطبيعة أعمال العميل، وأهدافه الاستراتيجية، وهيكل اتخاذ القرار لديه، وأصحاب المصلحة المؤثرين، واحتياجاته الحالية والمستقبلية، إلى جانب القدرة على اكتشاف فرص جديدة للنمو وتقديم قيمة تتجاوز عملية البيع التقليدية.

تتناول الدورة أساليب تحديد الحسابات الرئيسية وتصنيفها، وتحليل قيمة العملاء وربحيتهم، وتحديد أصحاب المصلحة، وإعداد خطط الحسابات الاستراتيجية، وبناء العلاقات المؤسسية، وتحليل احتياجات العملاء، وتطوير عروض القيمة، وتنمية الحسابات، والبيع الإضافي والتوسعي، والاحتفاظ بالعملاء، وإدارة المخاطر التجارية، والتفاوض، وقياس أداء الحسابات الاستراتيجية.

وتناسب الدورة الجهات الحكومية والقطاع العام، والبنوك والمؤسسات المالية، وشركات النفط والغاز، والشركات الصناعية، وشركات التقنية، والمؤسسات التجارية والخدمية، والشركات الكبرى. كما تستهدف بصورة خاصة مديري الحسابات الرئيسية، ومديري العملاء الاستراتيجيين، ومديري المبيعات، ومديري تطوير الأعمال، والمديرين التجاريين، ومديري علاقات العملاء، وكل من يتحمل مسؤولية إدارة العملاء ذوي القيمة العالية.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل خصائص الحسابات الرئيسية وأهميتها الاستراتيجية ضمن محفظة عملاء المؤسسة.
- تقييم العملاء وفقاً لمساهماتهم في الإيرادات والربحية وإمكانات النمو والقيمة الاستراتيجية وقوة العلاقة.

- تطبيق أساليب تصنيف العملاء وترتيب أولويات الحسابات الاستراتيجية.
- تطوير خطط متكاملة لإدارة الحسابات الرئيسية بما يتوافق مع أهداف المؤسسة وأولويات العملاء.
- تحليل هيكل أصحاب المصلحة داخل حسابات العملاء وتحديد صناع القرار والمؤثرين والداعمين ومصادر المخاطر.
- تحليل احتياجات العملاء وتحديات أعمالهم وتحويلها إلى فرص تجارية قابلة للتنفيذ.
- تطوير عروض قيمة متميزة ومخصصة للحسابات الاستراتيجية.
- تطبيق استراتيجيات البيع الإضافي والتوسعي وتنمية الحسابات وزيادة قيمة العميل.
- تعزيز العلاقات الاستراتيجية مع العملاء من خلال منهجيات منظمة للتواصل وإدارة العلاقة.
- تقييم أداء الحسابات باستخدام مؤشرات مالية وتجارية ومؤشرات خاصة بقيمة العلاقة ورضا العميل.
- إدارة المخاطر المرتبطة بتركيز العملاء والمنافسة وضعف العلاقات والاعتماد على الحسابات الرئيسية.
- إعداد خطة عملية متكاملة لإدارة العملاء الاستراتيجيين والحسابات الرئيسية.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة المتخصصين المسؤولين عن إدارة العملاء الرئيسيين والعلاقات التجارية الاستراتيجية وتنمية الأعمال. وتشمل الفئات المستهدفة مديري الحسابات الرئيسية، مديري العملاء الاستراتيجيين، مديري الحسابات، مديري المبيعات، مديري تطوير الأعمال، المديرين التجاريين، مديري علاقات العملاء، مديري علاقات الشركات، ومديري المبيعات التنفيذيين.

كما تناسب الدورة التنفيذيين والقيادات المسؤولة عن العملاء المؤسسيين والحسابات الحكومية والعملاء الرئيسيين في البنوك والمؤسسات المالية وشركات النفط والغاز والشركات الصناعية والخدمية. ويمكن كذلك للمتخصصين في التسويق وتجربة العملاء والعمليات والمالية والوظائف الفنية المرتبطة بالعملاء الاستراتيجيين الاستفادة من البرنامج.

مخرجات التعلم

- بعد إتمام الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحديد الحسابات الرئيسية وترتيب أولوياتها وفقاً لأهميتها التجارية والاستراتيجية.
- تقييم ربحية العملاء وإمكانات نموهم واحتياجاتهم ومخاطرهم وقيمتهم طويلة الأجل.
- تقسيم العملاء وتطوير منهجيات مختلفة لإدارة كل فئة.
- إجراء تقييم شامل للحسابات الاستراتيجية.
- تحديد أصحاب المصلحة وفهم هيكل اتخاذ القرار داخل مؤسسات العملاء.
- إعداد خطط استراتيجية متكاملة للحسابات الرئيسية تتضمن الأهداف والمبادرات والمسؤوليات والجدول الزمنية.
- اكتشاف تحديات العملاء وتحويلها إلى فرص تجارية ذات قيمة.
- تطوير عروض قيمة تتناسب مع احتياجات العملاء الاستراتيجيين.
- تحديد فرص البيع الإضافي والتوسعي وتنمية الحسابات والاحتفاظ بالعملاء.
- بناء علاقات متعددة المستويات مع العملاء وتعزيز العلاقات التنفيذية.
- قياس أداء الحسابات باستخدام مؤشرات مالية وتجارية ومؤشرات خاصة بالعلاقات.
- تحديد المخاطر الاستراتيجية المرتبطة بالحسابات الرئيسية ووضع إجراءات مناسبة لمعالجتها.
- تنفيذ مراجعات استراتيجية منتظمة للحسابات الرئيسية.
- بناء علاقات مستدامة مع العملاء تدعم نمو الإيرادات والشراكات طويلة الأجل.
- المحاور التدريبية

محاوّر الدورة

اليوم الأول

الأسس الاستراتيجية لإدارة الحسابات الرئيسية

- مفهوم إدارة الحسابات الرئيسية ودورها في النمو المؤسسي.
- الانتقال من البيع التقليدي إلى الإدارة الاستراتيجية للعملاء.
- خصائص العملاء الاستراتيجيين والحسابات ذات القيمة العالية.
- تحديد الحسابات التي تمتلك إمكانات نمو استراتيجية.
- تحليل محفظة العملاء وتصنيف الحسابات.
- تصنيف الحسابات الرئيسية وترتيب الأولويات.
- تقييم الإيرادات والربحية وإمكانات النمو والقيمة الاستراتيجية.
- تحليل القيمة طويلة الأجل للعميل واقتصاديات العلاقة.
- تحديد مخاطر فقدان العملاء ومخاطر الاعتماد على حسابات محددة.
- تحديد الأهداف الاستراتيجية لإدارة الحسابات الرئيسية.
- دور مدير الحساب الرئيسي كشريك استراتيجي للأعمال.
- تطبيق عملي: إعداد نموذج لتصنيف وترتيب أولويات الحسابات الرئيسية ضمن محفظة عملاء افتراضية.

اليوم الثاني

تحليل العملاء وتحديد أصحاب المصلحة وبناء العلاقات

- فهم مؤسسة العميل وبيئة أعمالها.
- تحليل استراتيجية العميل وأهدافه وأولوياته وتحدياته.
- تحليل احتياجات العميل الحالية والمستقبلية.
- فهم آليات اتخاذ القرار لدى العملاء.

اليوم الثاني — تابع

- تحديد أصحاب المصلحة وتحليل العلاقات.
- تحديد صناع القرار والمؤثرين والداعمين والمستخدمين والمعارضين.
- تقييم قوة العلاقات ونقاط الضعف المحتملة.
- بناء علاقات متعددة المستويات داخل حسابات العملاء.
- تطوير العلاقات مع القيادات التنفيذية لدى العملاء.
- بناء المصداقية والثقة مع العملاء الاستراتيجيين.
- تحليل المنافسين والتهديدات داخل الحسابات الرئيسية.
- تطوير استراتيجيات التواصل والتفاعل مع العملاء.
- تطبيق عملي: إعداد خريطة شاملة لأصحاب المصلحة وتطوير استراتيجية لبناء العلاقات مع عميل استراتيجي.

اليوم الثالث

التخطيط الاستراتيجي للحسابات وخلق قيمة للعملاء

- مبادئ التخطيط الاستراتيجي للحسابات الرئيسية.
- إجراء تقييم شامل للحساب الاستراتيجي.
- فهم أهداف العميل وأولوياته الاستراتيجية.
- تحديد تحديات العميل واحتياجاته غير الملباة.
- تحليل فرص خلق القيمة للعميل.
- تطوير عروض قيمة مخصصة.
- موازنة قدرات المؤسسة مع متطلبات العميل.
- تحديد فرص التوسع داخل الحساب.
- تطوير استراتيجيات البيع الإضافي والبيع التوسعي.
- إنشاء فرص مشتركة لتطوير الأعمال.

اليوم الثالث — تابع

- تحديد أهداف النمو والمبادرات الاستراتيجية للحساب.
- إعداد خطط العمل والمسؤوليات والجداول الزمنية.
- تطبيق عملي: إعداد خطة استراتيجية متكاملة لحساب رئيسي تشمل تحليل العميل والأهداف وأصحاب المصلحة والفرص وعرض القيمة والمخاطر ومبادرات النمو.

اليوم الرابع

الاحتفاظ بالعملاء والتفاوض وتطوير العلاقات الاستراتيجية

- العوامل المؤثرة في ولاء العملاء والاحتفاظ بهم.
- تحديد مؤشرات عدم رضا العملاء في مراحل مبكرة.
- إدارة توقعات العملاء والالتزامات التجارية.
- بناء الثقة والمصداقية مع الحسابات الرئيسية.
- التعامل مع العملاء صعب المراس والتحديات المتعلقة بالعلاقات.
- مبادئ التفاوض الاستراتيجي مع العملاء الرئيسيين.
- التحضير للمفاوضات التجارية المعقدة.
- تحقيق التوازن بين قيمة العميل والأهداف التجارية والربحية.
- التعامل مع الاعتراضات والضغوط التنافسية.
- إدارة النزاعات مع المحافظة على العلاقات طويلة الأجل.
- تطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء واستعادة الحسابات المعرضة للفقدان.
- تطبيق عملي: تنفيذ محاكاة لمفاوضات استراتيجية مع عميل رئيسي وإعداد خطة للاحتفاظ بالعميل وتنمية العلاقة.

اليوم الخامس

أداء الحسابات الاستراتيجية والنمو والحوكمة

- قياس أداء الحسابات الرئيسية والاستراتيجية.
- تطوير مؤشرات الأداء الخاصة بإدارة الحسابات الرئيسية.
- قياس الإيرادات والربحية والاحتفاظ والنمو وحصة العميل من الإنفاق.
- تقييم أداء خطط الحسابات والمبادرات الاستراتيجية.
- تحديد الفجوة بين الإمكانيات الفعلية للحساب والأداء المحقق.
- تطوير استراتيجيات التوسع والنمو داخل الحسابات.
- إدارة المخاطر الاستراتيجية والمنافسة داخل الحسابات الرئيسية.
- إنشاء آليات فعالة للمراجعة الدورية للحسابات.
- تعزيز التعاون بين المبيعات والتسويق والعمليات والمالية وتجربة العملاء.
- بناء شراكات طويلة الأجل وخلق قيمة مشتركة مع العملاء.
- تطوير آليات التحسين المستمر لإدارة الحسابات.
- إنشاء أطر للحوكمة وإدارة العلاقات مع العملاء ذوي القيمة العالية.
- ورشة العمل الختامية: إعداد خطة متكاملة لإدارة الحسابات الرئيسية والعملاء الاستراتيجيين تشمل تصنيف الحسابات، وتحليل العملاء، وخريطة أصحاب المصلحة، واستراتيجية العلاقات، وخلق القيمة، وفرص النمو، واستراتيجيات الاحتفاظ، وأولويات التفاوض، ومؤشرات الأداء، وإدارة المخاطر، والحوكمة، وخطة التنفيذ.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة:

<https://quest-training.com/courses/key-account-management-strategic-customer-management-training-course>الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440