

مهارات وتقنيات مسؤولي العلاقات

UK Traininig

PARTNER



مهارات وتقنيات مسؤولي العلاقات

مقدمة

تركز دورة مهارات وتقنيات مسؤولي العلاقات على تطوير القدرة على بناء مسار واضح للصفقات، وتحسين الانضباط في البحث عن الفرص، وتحويل فرص العملاء إلى نتائج فعلية قابلة للحجز والقياس. وتهدف الدورة إلى تعزيز المهارات العملية اللازمة لتحديد الفرص المحتملة، تقييم جودتها، متابعة الإجراءات المطلوبة، والحفاظ على رؤية واضحة للتقدم نحو تحقيق الحد الأدنى من مستهدفات البحث عن الفرص والحجوزات.

في بيئة العلاقات المؤسسية، لا يتحقق الأداء من خلال التواصل المستمر مع العملاء فقط، بل من خلال البحث المنظم، تقييم الفرص بدقة، متابعة مسار الصفقات، والتنسيق في الوقت المناسب مع الفرق الداخلية لضمان تقدم الفرص إلى مرحلة الحجز. لذلك، يساعد هذا البرنامج الممتد ليومين المشاركين على تحويل أنشطة العلاقات إلى نتائج قابلة للمتابعة، بداية من تحديد الفرص وحتى إتمام الحجز.

تم إعداد هذه الدورة بما يتوافق مع عنوان مهارات وتقنيات مسؤولي العلاقات، مع التركيز على إدارة مسار الصفقات، وتحقيق مستهدفات البحث عن الفرص والحجوزات.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- بناء أسلوب منظم للبحث عن العملاء والفرص المحتملة.
- إدارة مسار الصفقات من مرحلة تحديد الفرصة حتى الحجز.
- تقييم الفرص بناءً على احتياج العميل، القيمة، الجاهزية، واحتمالية التحويل.
- ترتيب أولويات الصفقات وفق الإمكانيات التجارية وفرص التحويل.
- متابعة أنشطة البحث عن الفرص مقابل الحد الأدنى من المستهدفات المطلوبة.
- تحسين الانضباط في متابعة الفرص النشطة والمعلقة.
- تحديد الصفقات المتعثرة ووضع إجراءات تصحيحية واضحة.
- تقوية حوارات العملاء من خلال أسئلة أفضل وعرض قيمة أوضح.
- تحسين التنسيق مع الفرق الداخلية لدعم تقدم الصفقات.
- إعداد تحديثات أوضح عن المسار الصفقات لمراجعة الإدارة.

PARTNER



▪ إعداد خطة عمل عملية لدعم مستهدفات البحث عن الفرص والحجوزات.

محاور الدورة

اليوم الأول: الانضباط في البحث عن الفرص ورسم خريطة العملاء

- فهم دور إدارة العلاقات في بناء فرص أعمال مؤسسية مستدامة.
- التمييز بين نشاط العلاقة العام، ونشاط البحث عن الفرص، والفرص المؤهلة.
- تحديد العملاء المستهدفين بناءً على القطاع، الإمكانيات، قوة العلاقة، وملاءمة الأعمال.
- بناء خطة منظمة للبحث عن الفرص لدى العملاء الحاليين والمحتملين.
- رسم خريطة احتياجات العميل، وأصحاب القرار، والمؤثرين، ونقاط الاعتماد.
- التعرف على الإشارات المبكرة التي قد تدل على وجود فرصة أعمال.
- استخدام حوارات العملاء لاكتشاف الاحتياجات، التوقيت، الاعتراضات، والخطوات التالية.
- ترتيب العملاء المحتملين وفق القيمة المتوقعة ودرجة الجاهزية.
- إعداد خطة أسبوعية للبحث عن الفرص مرتبطة بالحد الأدنى من المستهدفات.
- تطبيق عملي على إعداد خريطة فرص للعميل وقائمة إجراءات للبحث عن الفرص.

اليوم الثاني: ضبط مسار الصفقات وتحقيق مستهدفات الحجز

- فهم مراحل مسار الصفقات من البحث الأولي حتى الحجز المؤكد.
- تحديد معايير واضحة للدخول والخروج من كل مرحلة في مسار الصفقة.
- تقييم الصفقات بناءً على المستندات، الاحتمالية، القيمة، التوقيت، والتزام العميل.
- متابعة الفرص النشطة والمعلقة والمتأخرة والمعرضة للمخاطر.
- تحديد الأسباب الشائعة لتعثر الصفقات، مثل ضعف المتابعة، نقص المستندات، غموض المسؤوليات، أو تأخر القرار.
- التنسيق مع الفرق الداخلية لتقليل التأخير في معالجة الصفقات.
- إعداد تحديثات دقيقة لمسار الصفقات توضح التقدم والمخاطر والحجوزات المتوقعة.
- تحويل مستهدفات البحث عن الفرص والحجوزات إلى إجراءات يومية وأسبوعية.
- بناء إجراءات تصحيحية عند ضعف نشاط البحث أو انخفاض معدل التحويل.
- تطبيق ختامي على إعداد خطة لتحقيق مستهدفات البحث عن الفرص، وضبط مسار الصفقات، وزيادة الحجز.

UK Training

PARTNER



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- تحسين القدرة على بناء وإدارة مسار قوي للصفقات.
- تعزيز الانضباط في البحث عن الفرص وتحديد العملاء المناسبين.
- زيادة التركيز على الفرص المؤهلة بدل الاكتفاء بالنشاط العام.
- تحسين التحويل من البحث عن الفرص إلى الحجز الفعلي.
- بناء عادات متابعة أوضح للصفقات النشطة والمعلقة.
- تقليل التأخير الناتج عن غموض المسؤوليات أو غياب الخطوات التالية.
- تحسين حوارات العملاء من خلال فهم أعمق للاحتياجات.
- دعم تحقيق الحد الأدنى من مستهدفات البحث عن الفرص والحجوزات.
- تحسين وضوح مسار الصفقات أمام الإدارة.
- تقوية التنسيق بين نشاط العلاقة مع العميل والمعالجة الداخلية.

الخاتمة

تقدم دورة مهارات وتقنيات مسؤولي العلاقات إطارًا عمليًا مركّزًا لمدة يومين لتحسين البحث عن الفرص، وضبط مسار الصفقات، ورفع أداء الحجز.

يركز اليوم الأول على بناء أساس واضح للبحث المنظم عن الفرص، ورسم خريطة العملاء، وتقييم العملاء المحتملين بصورة أفضل. أما اليوم الثاني فينتقل إلى ضبط مسار الصفقات، متابعة حركة الفرص، تحسين معدل التحويل، وتحقيق مستهدفات الحجز.

تربط هذه الدورة بين نشاط العلاقات والنتائج التجارية القابلة للقياس. فهي تساعد المشاركين على الانتقال من التواصل العام مع العملاء إلى بحث منظم عن الفرص، وإدارة نشطة للصفقات، وتقديم أوضح نحو تحقيق مستهدفات البحث والحجز.

بنهاية الدورة، سيكون المشاركون أكثر قدرة على إدارة مسار الصفقات، تحسين جودة الفرص، متابعة العملاء بفاعلية أكبر، وزيادة نتائج الحجز من خلال أسلوب منظم في إدارة العلاقات المؤسسية.

الأسئلة الشائعة

ما هي إدارة العلاقات ولماذا تعد مهمة في بيئات الأعمال الحديثة؟

تشير إدارة العلاقات إلى عملية بناء وتطوير والحفاظ على علاقات قوية مع العملاء والشركاء وأصحاب المصلحة لتحقيق أهداف الأعمال على المدى الطويل. وتغطي الدورة مفاهيم مثل ما هي إدارة العلاقات، وتعريف علاقات العملاء، وأهمية تطبيق استراتيجيات فعالة لإدارة العلاقات لدعم النمو وتحسين الأداء المؤسسي.

UK Training
PARTNER



كيف تساعد إدارة علاقات العملاء في تحسين نتائج الأعمال؟

توضح الدورة كيف يمكن لتطبيق استراتيجية إدارة علاقات العملاء وتحسين عملية إدارة علاقات العملاء أن يساهما في زيادة فرص الأعمال، وتعزيز رضا العملاء، وتحسين معدلات التحويل. كما يتعرف المشاركون على فوائد إدارة علاقات العملاء ودورها في بناء علاقات طويلة الأمد وتحقيق نتائج تجارية مستدامة.

ما المهارات التي يحتاجها مدير العلاقات الناجح؟

يحتاج مدير العلاقات أو مدير علاقات العملاء إلى مهارات متقدمة في التواصل، وتحليل احتياجات العملاء، وإدارة الفرص التجارية، والمتابعة المستمرة. كما تساعد الدورة المشاركين على تطوير قدراتهم في إدارة خطوط الفرص البيعية، وتحسين جودة العلاقات المهنية، وأداء دور مدير العلاقات بكفاءة أكبر.

هل تتناول الدورة أدوات وتقنيات إدارة علاقات العملاء؟

نعم، تستعرض الدورة مجموعة من الأساليب العملية المستخدمة في إدارة علاقات العملاء بين الشركات B2B، بالإضافة إلى تطبيقات وأنظمة إدارة علاقات العملاء، وتحليلات العملاء، وأدوات متابعة الفرص التجارية، بما يساعد على تحسين الرؤية التجارية وتعزيز جودة اتخاذ القرار.

ما الفوائد التي تحققها المؤسسات من تطبيق إدارة علاقات العملاء بشكل فعال؟

تشمل فوائد إدارة علاقات العملاء تحسين الاحتفاظ بالعملاء، وزيادة فرص المبيعات، وتعزيز التنسيق بين فرق المبيعات والتسويق، وتحسين جودة الخدمة. كما تساعد أنظمة إدارة علاقات العملاء المؤسسات على تطوير علاقات أكثر قوة مع العملاء، وتحسين الأداء التجاري، وزيادة الإنتاجية من خلال إدارة الفرص والعمليات بصورة أكثر كفاءة وفعالية.

UK Training

PARTNER

