JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين

فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين لمهنيي الأعمال وموظفي المبيعات ومديري خدمة العملاء الذين يلتقون العملاء والتنفيذيين أسبوعيا، ويغادر كل مشارك ومعه دليل الحوار مع العملاء. فالعملاء ينتظرون اليوم مستشارين لا مقدمي عروض، وجودة كل حوار تحدد ما إذا كانت الثقة والإيرادات والإحالات ستتبعه. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة للمهنيين الذين تحمل حواراتهم وزنا تجاريا.

لماذا يهم فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين الآن

ثلاث قوى رفعت أهمية فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين. فالمشترون يبحثون عبر الإنترنت قبل لقاء الموردين، فيريدون رؤى وأسئلة جيدة لا أوصافا للمنتجات. وصناع القرار الكبار ضيقو الوقت، فيكافئون من يحسن الافتتاح ويصل إلى الجوهر ويتفق على خطوات تالية واضحة. كما أن البيع الهجين يعني أن مزيدا من الحوارات يجري عبر الهاتف والفيديو، حيث يجب بناء الألفة دون إشارات القاعة المشتركة. والمؤسسات التي يحاور موظفوها بمهارة تكسب حسابات أكثر وتحل النزاعات مبكرا وتنمي عملاءها الحاليين، أما التي تعتمد على النصوص الجاهزة فتخسر الصفقات لمنافسين ينصتون أكثر. وتستند الدورة إلى ممارسات البيع الاستشاري ونماذج الأسئلة وبحوث الإنصات الفعال.

المستفيدون من فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين

- مديرو الحسابات الذين يجرون حوارات المراجعة والتجديد المنتظمة مع العملاء الرئيسيين
- مهنيو المبيعات الذين يديرون اجتماعات الاستكشاف ويعرضون المقترحات على المشترين
- قادة تطوير الأعمال الذين يتواصلون في الفعاليات ويحولون المعارف إلى اجتماعات
- مديرو خدمة العملاء الذين يتعاملون مع التصعيدات والشكاوى ونقاشات النطاق
- المتخصصون الفنيون الذين يحضرون اجتماعات العملاء ويشرحون القيمة حواريا

تحقق الفرق التجارية التي ترسل موظفي الحسابات والمبيعات والخدمة معا أعلى فائدة، لأنها تستطيع الاتفاق على معايير حوار مشتركة وخطط حسابات موحدة عند العودة.

قدرات فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين

ينتقل المشاركون من الحديث المحفوظ القائم على المنتج إلى حوارات واثقة تقودها الأسئلة يقدرها العملاء ويتصرفون بناء عليها.

- تصميم أهداف الحوار وخطط الأسئلة قبل اجتماعات العملاء — قادة الحسابات والمبيعات
- تطبيق الأسئلة الاستشارية لكشف احتياجات العميل الحقيقية — المشترون وصناع القرار
- بناء الألفة مع التنفيذيين عبر حوار موجز قائم على الرؤى — كبار أصحاب المصلحة لدى العميل
- إيصال الردود على الاعتراضات والممانعة بهدوء — قرارات التسعير والتجديد
- تقييم حوارات العملاء الصعبة وتوجيهها إلى نتائج عملية — قرارات النزاعات والنطاق
- تحديد خطوات تالية واضحة ومتابعة في ختام كل اجتماع — تقدم مسار المبيعات

مصطلحات فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين الأساسية

- الحوار الاستشاري — حوار مع العميل تقوده الأسئلة والإنصات بهدف فهم الاحتياجات قبل اقتراح الحلول.
- اجتماع الاستكشاف — اجتماع مبكر مع العميل يركز على فهم الوضع والمشكلات والأولويات قبل أي مقترح.
- الأسئلة القمعية — الانتقال من الأسئلة المفتوحة العامة إلى الأسئلة الأضيق للوصول إلى متطلبات دقيقة.
- إشارة الشراء — علامة لفظية أو غير لفظية على استعداد العميل للمضي، مثل السؤال عن التوقيت أو الشروط.
- الاعتراض — قلق أو سبب يقدمه العميل لعدم المضي، يمكن استكشافه والرد عليه بدل تجنبه.
- الإغلاق التجريبي — سؤال يختبر استعداد العميل للمضي دون الضغط لاتخاذ قرار نهائي.

فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين يوما بيوم

اليوم 1: حوار العميل أصلا تجاريا

- لحظات الحوار عبر رحلة العميل — حيث تكسب الإيرادات أو تضيع
- توقعات المشترين من الحوار الاستشاري — تجاوز عرض المنتجات
- تدقيق مكالمات العملاء الأخيرة — نقاط القوة والفجوات الشخصية
- الأعراف الثقافية في حوارات الأعمال الدولية — إيقاع ورسمية محترمان
- أهداف الحوار قبل كل اجتماع — الغرض والنتيجة والخطوة التالية

اليوم 2: الافتتاح والحديث الودي الذي يبني الثقة

- عبارات الافتتاح في اللقاءات الأولى — بدايات موثوقة ومريحة
- موضوعات الحديث الودي الهادف — إيجاد أرضية مشتركة بسرعة
- آداب الأسماء والألقاب والتحية مع التنفيذيين — انطباعات أولى مهنية
- الانتقال من الحديث الودي إلى العمل — تحديد جدول الأعمال بسلاسة
- افتتاح المكالمات الهاتفية والمرئية — تفاعل دون إشارات بصرية

اليوم 3: أساليب الأسئلة للاستكشاف

- سلالم الأسئلة المفتوحة والاستقصائية والتوضيحية — كشف الاحتياجات الحقيقية
- أسئلة الموقف والمشكلة والأثر والعائد — استكشاف استشاري
- الأسئلة القمعية من العام إلى المحدد — متطلبات دقيقة للعميل
- الصمت وعبارات المتابعة — منح العميل مساحة للإفصاح
- أوراق تخطيط الأسئلة للحسابات الرئيسية — التحضير قبل الزيارات

اليوم 4: الإنصات وبناء الألفة مع العملاء والتنفيذيين

- الإنصات العاكس وتلخيص نقاط العميل — فهم مؤكد
- مجاراة اللغة والإيقاع — ألفة طبيعية دون تقليد
- قراءة إشارات الشراء والتردد — تعديل الاتجاه لحظيا
- الألفة مع التنفيذيين ضيقي الوقت — تبادل موجز قائم على الرؤى
- بناء المصداقية عبر فهم القطاع — مكانة المستشار الموثوق

اليوم 5: توجيه حوارات الأعمال وتنظيمها

- تأطير جدول الأعمال ومراقبة الوقت — إبقاء الاجتماع على المسار
- الإشارات المرحلية والجسور بين الموضوعات — توجيه دون سيطرة
- إعادة توجيه الاستطرادات بلباقة — حماية غرض الاجتماع
- التعامل مع عدة أطراف في حوار واحد — اهتمام متوازن
- عبارات القيمة المرتبطة بأولويات العميل — مقترحات ملائمة

اليوم 6: التعامل مع الاعتراضات والممانعة

- أنواع الاعتراضات من سعر وتوقيت وثقة وحاجة — ردود مفصلة
- تسلسل الإقرار والاستكشاف والرد — معالجة هادئة للاعتراض
- إعادة صياغة المخاوف مشكلات مشتركة — حل مشترك
- المقارنات التنافسية أثناء الحوار — تمييز منصف
- التعافي بعد زلة أو شكوى — استعادة ثقة العميل

اليوم 7: حوارات العملاء الصعبة

- إبلاغ العملاء بأخبار غير مرغوبة — صدق يحفظ العلاقة
- نزاعات العملاء المتصاعدة — التهدئة وجمع الوقائع
- نقاشات نطاق العقد وطلبات التغيير — حدود حازمة مع حسن نية
- مكالمات التحصيل وتذكير السداد — إصرار محترم
- رفض الطلبات غير المعقولة — بدائل تحافظ على العمل

اليوم 8: حوار التشبيك وتوسيع العلاقات

- حوارات التشبيك في المؤتمرات والفعاليات — البدء والانسحاب بلباقة
- طلب التعريف والإحالات — التوسع عبر العلاقات القائمة
- حوارات المتابعة بعد الفعاليات — تحويل المعارف إلى اجتماعات
- البيع المتقاطع عبر حوارات الحسابات — إضافة قيمة للعملاء الحاليين
- خرائط العلاقات داخل مؤسسات العملاء — أمثلة من الضيافة والهندسة

اليوم 9: إغلاق الحوار والخطوات التالية

- الإغلاق التجريبي وأسئلة التعهد بالخطوة — اختبار الاستعداد للمضي
- تلخيص الاتفاقات شفهيا — فهم مشترك قبل المغادرة
- مقترحات الخطوة التالية بمواعيد ومسؤولين — زخم بعد الاجتماعات
- رسائل المتابعة المطابقة للحوار — تأكيد مكتوب
- سجلات حوارات الحسابات في ملفات العملاء — استمرارية عبر الفرق

اليوم 10: ممارسة دليل الحوار مع العملاء

- محاكاة اجتماع استكشاف متكامل — تطبيق الأسئلة والإنصات
- لعب أدوار إحاطة تنفيذية — تطبيق الألفة والرؤى
- تدريب على الاعتراضات والحوارات الصعبة — تطبيق تسلسلات الرد
- جولة ممارسة للتشبيك والإغلاق — تطبيق تعهدات الخطوة التالية
- دليل الحوار مع العملاء — مراجعة الزملاء والأهداف الشخصية

تطبيق فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين بعد الدورة

- إعداد خطة أسئلة لاجتماعات العملاء الثلاثة القادمة، وتسجيل الأسئلة التي كشفت احتياجات أو فرصا جديدة.
- اعتماد ملخص مشترك للخطوة التالية في نهاية كل مكالمة مع العملاء لمدة شهر، وتسجيل الإجراءات المتفق عليها في ملفات العملاء.

أسئلة حول فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين

ما فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين، ولماذا يهم الآن؟

فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين هو القدرة على افتتاح الحوار وتوجيهه وطرح الأسئلة والإنصات والإغلاق. ويهم الآن لأن المشترين المطلعين ينتظرون رؤى، والقادة ضيقي الوقت يكافئون من يصل إلى الجوهر ويتفق على خطوات واضحة.

من أكثر الأدوار استفادة من دورة فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين؟

مديرو الحسابات ومهنيو المبيعات وقادة تطوير الأعمال ومديرو خدمة العملاء هم الأكثر استفادة. ويستخدم العاملون في قطاعات مثل البنوك والتقنية والضيافة والخدمات الهندسية هذه المهارات يوميا في مراجعات العملاء واجتماعات الاستكشاف والفعاليات.

بماذا تختلف دورة فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين عن دورة مهارات العرض والتقديم؟

تركز على الحوار ثنائي الاتجاه لا على الإلقاء من طرف واحد. فتعمل على الأسئلة والإنصات والألفة ومعالجة الاعتراضات والحوارات الصعبة وإغلاق الخطوات التالية، بينما تتمحور دورة العرض والتقديم حول خطابات منظمة أمام جمهور.

ماذا ستعود به من دورة فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين؟

ستعود بدليل الحوار مع العملاء الذي يضم عبارات الافتتاح وخطط الأسئلة والردود على الاعتراضات ومقاربات الحوارات الصعبة وأساليب الإغلاق، مجربة في لعب الأدوار وجاهزة لاجتماعاتك القادمة.

فن الحوار مع العملاء وكبار التنفيذيين: الطريق إلى الأمام

يجمع دليل الحوار مع العملاء عبارات الافتتاح وخطط الأسئلة والردود على الاعتراضات وعبارات الإغلاق لكل مشارك. وأول استخدام له يكون في اجتماع الاستكشاف أو مراجعة الحساب التالية، حيث يشكل التحضير ومسار الحوار. ويستطيع قادة المبيعات والحسابات استخدامه في توجيه فرقهم. وبعد الاجتماعات الأولى تستحق خطط الأسئلة نظرة جديدة في ضوء ما كشفه العملاء فعلا.