JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة

28 مارس – 1 أبريل 2027

أبوظبي

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة

المرجع: 100220_2634 **التاريخ:** 28 مارس – 1 أبريل 2027 **المكان:** أبوظبي **الرسوم:** GBP 5500

اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة دورة تدريبية مدتها أسبوع لمحللي المالية المرتبطين بالعملاء ومديري الخدمة والمراقبين التجاريين الذين يحتاجون إلى إثبات كيف تتحول جودة الخدمة إلى إيراد، ويبني المشاركون خلالها خطة تحسين إيرادات الخدمة. ومع ضيق الهوامش وسهولة انتقال العملاء بين الموردين أصبحت اقتصاديات الخدمة في صلب نقاشات الربحية. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة.

لماذا تهم اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة الآن

تشكل ثلاث قوى هذا المجال اليوم. فقد وسعت القنوات الرقمية الفارق في تكلفة التواصل بين قناة وأخرى. كما جعلت نماذج الاشتراك وتجديد العقود الإيراد مرهونا ببقاء العميل لا بالبيعة الأولى وحدها. وتطلب مجالس الإدارة دليلا على أن الإنفاق على الخدمة يحقق عائدا. والمنشأة التي تقيس قيمة الاحتفاظ بالعملاء ومعدل تحويل البيع الإضافي وتكلفة كل تواصل تستطيع تمويل مستويات الخدمة التي تسترد كلفتها، أما التي تعجز عن ذلك فتخفض الخدمة دون بصيرة أو تبالغ في خدمة حسابات لا تعوض الجهد المبذول فيها.

المستفيدون من اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة

- شركاء الأعمال الماليون الذين يدعمون وظائف الخدمة والدعم وما بعد البيع بتقارير الهوامش
- مديرو عمليات الخدمة المسؤولون عن التوظيف ومزيج القنوات وأهداف مستوى الخدمة
- المحللون التجاريون الذين يسعرون عقود الخدمة والتجديدات والعروض الإضافية
- قادة نجاح العملاء المسؤولون عن معدلات التجديد وتوسيع الحسابات
- المحاسبون الإداريون الذين يوزعون تكاليف مراكز الاتصال والخدمة الميدانية على العملاء

تستفيد أكثر المجموعات التي تجمع مدير خدمة مع الشريك المالي لوحدته، إذ تعود بلغة واحدة لاقتصاديات الوحدة.

قدرات اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة

ينهي المشاركون الدورة قادرين على تسعير قيمة العميل الراضي وحساب تكلفة كل قناة خدمة.

- حساب القيمة الدائمة للعميل باستخدام الهامش ومعدل التسرب ومعدل الخصم — قرارات الاستثمار في التجديد
- بناء نموذج تكلفة الخدمة حسب القناة والشريحة ونوع التواصل — اختيارات مستوى الخدمة ومزيج القنوات
- تقييم أثر مؤشرات جودة الخدمة على التجديد وتكرار الشراء — أصحاب موازنات الخدمة
- تصميم عروض البيع الإضافي والبيع المتقاطع الملائمة للحظة الخدمة — القادة التجاريون وقادة نجاح العملاء
- اختبار تغييرات الخدمة مقابل حدود فترة الاسترداد والهامش — لجان الموافقة المالية
- عرض اقتصاديات الخدمة في سرد موجز جاهز لمجلس الإدارة — الإدارة العليا وأصحاب الموازنات

مصطلحات اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة الأساسية

- تكلفة الخدمة — التكلفة التشغيلية الكاملة لخدمة عميل أو شريحة، بما فيها الاتصالات والزيارات والمرتجعات.
- القيمة الدائمة للعميل — القيمة الحالية للهامش المتوقع من العميل على امتداد العلاقة كلها.
- معدل التسرب — نسبة العملاء أو قيمة العقود المفقودة في فترة، وتستخدم لإسقاط الإيراد المتكرر مستقبلا.
- صافي الاحتفاظ بالإيراد — الإيراد المتكرر المحتفظ به من العملاء الحاليين متضمنا التوسع ومطروحا منه الخسائر.
- معدل إرفاق الخدمة — نسبة مبيعات المنتجات التي تحمل معها عقد خدمة أو خطة دعم مدفوعة.
- تكلفة التواصل الواحد — إجمالي تكلفة تشغيل القناة مقسوما على عدد تواصلات العملاء المعالجة فيها.

اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة يوما بيوم

اليوم 1: الخدمة محركا للإيراد

- منطق ربط جودة الخدمة بالإيراد — الصلة بين الموظفين والرضا وتكرار الإيراد
- خريطة الإيراد المتكرر — فصل المبيعات لمرة واحدة عن دخل العقود
- جرد مصادر إيرادات الخدمة — الضمانات وخطط الدعم والإضافات المدفوعة
- نقاط التكلفة في رحلة العميل — أين يقع الإنفاق على الخدمة فعلا
- خريطة اهتمامات أصحاب المصلحة — توقعات المالية والعمليات والجهة التجارية

اليوم 2: قياس تكلفة الخدمة

- مجمعات تكلفة أنشطة الخدمة — الاتصالات والزيارات والمرتجعات والإشعارات الدائنة
- مقارنة تكلفة القنوات — الهاتف والمحادثة والخدمة الذاتية والزيارات الميدانية
- مصفوفة تكلفة الخدمة للشرائح — كشف الحسابات المخدومة بإفراط أو بنقص
- المقارنة الداخلية لتكلفة التواصل الواحد — تحديد أهداف الكفاءة
- تكاليف الخدمة الخفية — إعادة العمل وتكرار الاتصال والتصعيد

اليوم 3: الاحتفاظ بالعملاء والقيمة الدائمة

- تحليل تسرب الأفواج — إسقاط الإيراد المتكرر من أنماط التجديد
- حساب القيمة الدائمة للعميل — مدخلات الهامش والاحتفاظ ومعدل الخصم
- الربط بين الرضا والتجديد — تسعير الأثر الإيرادي للجودة
- تتبع صافي الاحتفاظ بالإيراد — مكونات التوسع والتخفيض والخسارة
- حالات الاستثمار في الاحتفاظ — تحديد حجم الإنفاق لإنقاذ الحسابات

اليوم 4: اقتصاديات البيع الإضافي وتسعير الخدمة

- تحليل معدل إرفاق الخدمة — تنمية دخل العقود من مبيعات المنتجات
- مسار تحويل البيع الإضافي — العروض المقدمة والمقبولة والمستمرة
- تسعير مستويات الخدمة المتدرجة — مواءمة نقاط السعر مع تكلفة الخدمة
- حوافز الإيراد لموظفي الخدمة — مكافأة المبيعات دون الإضرار بالرضا
- حدود فترة الاسترداد والهامش — اعتماد عروض الخدمة الجديدة

اليوم 5: ممارسة خطة تحسين إيرادات الخدمة

- إعادة بناء تكلفة الخدمة للشرائح — تطبيق مصفوفة اليوم 2 على حسابات فعلية
- اختبار سيناريوهات القيمة الدائمة — تطبيق روافع الاحتفاظ على الأفواج
- حالة عمل لتحويل القنوات — تطبيق نتائج تكلفة التواصل الواحد
- سرد اقتصاديات الخدمة لمجلس الإدارة — عرض المفاضلات بوضوح
- خطة تحسين إيرادات الخدمة — الإجراءات والمسؤولون وأهداف الإيراد

تطبيق اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة بعد الدورة

- إعادة بناء مصفوفة تكلفة الخدمة لأهم الشرائح وتمييز الحسابات التي تتجاوز تكلفة خدمتها مساهمتها.
- إجراء مراجعة لتسرب الأفواج والقيمة الدائمة مع قائد نجاح العملاء لترتيب إجراءات الاحتفاظ حسب فترة الاسترداد.

أسئلة حول اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة

ما اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة ولماذا تهم الآن؟

هي ممارسة تسعير الإيراد الذي تولده الخدمة الجيدة وحساب تكلفة كل قناة خدمة. وتهم الآن لأن الإيراد المتكرر يعتمد على الاحتفاظ بالعملاء.

من الأدوار الأكثر استفادة من اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة؟

يستفيد أكثر الشركاء الماليون ومديرو عمليات الخدمة والمحللون التجاريون وقادة نجاح العملاء. وتستفيد أنت إن كنت تعد تقارير هوامش الخدمة أو تحدد استراتيجية القنوات أو تسعر عقود الخدمة.

بم تختلف اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة عن دورة ربحية العملاء؟

تركز على عمليات الخدمة لا على هوامش المنتجات. فدورة ربحية العملاء ترتب الحسابات حسب الهامش الكلي، بينما يدرس هذا الموضوع قنوات التواصل والاحتفاظ وتحويل البيع الإضافي.

ماذا تعود به من اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة؟

تعود بخطة تحسين إيرادات الخدمة مبنية على شرائحك الفعلية، تضم مصفوفة تكلفة الخدمة وسيناريوهات القيمة الدائمة وإجراءات محددة المسؤولين.

اقتصاديات إيرادات الخدمة ونمذجة تكلفة الخدمة: الطريق إلى الأمام

تمنح خطة تحسين إيرادات الخدمة قادة المالية والخدمة رؤية مشتركة للعملاء الذين يعوضون الجهد المبذول في خدمتهم. وكثيرا ما يكون أول استخدام لها قرارا بشأن مزيج القنوات أو مستويات الخدمة للشرائح مرتفعة التكلفة. ويملكها مديرو الخدمة والشركاء الماليون معا، وتستحق افتراضات القيمة الدائمة المراجعة بعد اكتمال دورة تجديد كاملة.