JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات

22 – 26 فبراير 2027

فيينا

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات

المرجع: 104548_2736 **التاريخ:** 22 – 26 فبراير 2027 **المكان:** فيينا **الرسوم:** GBP 5900

تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات دورة تدريبية مدتها أسبوع لقادة المبيعات والتسويق المسؤولين عن تحويل الاستفسارات إلى إيرادات يمكن التنبؤ بها، ويخرج كل مشارك منها بدليل مراحل مسار المبيعات جاهزا للاستخدام مع فريقه. فالمشترون اليوم يبحثون طويلا قبل التحدث إلى أي بائع، والمؤسسة التي لا تميز الطلب الحقيقي من الضجيج تهدر وقت البيع وتخطئ في تقدير إيراداتها. تقدم هذه الدورة جوبيتر برايم للتدريب.

لماذا يهم تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات الآن

تتشكل هذه الممارسة اليوم تحت ثلاثة ضغوط. فمجموعات الشراء تنجز معظم بحثها منفردة، فيصل أول حوار مع البائع متأخرا وقد اتخذ نصف القرار. وتنتج فرق التسويق استفسارات أكثر عبر القنوات الرقمية، بينما يشكو البائعون من أن كثيرا منها بارد أو لا يناسب الشريحة المستهدفة. أما قادة المالية فيطلبون توقعات إيرادات يمكن الدفاع عنها أمام مجلس الإدارة. والمؤسسة التي تحدد بوضوح من هو العميل المؤهل وما الدليل الذي ينقل الصفقة إلى المرحلة التالية توجه جهدها حيث يثمر، أما التي لا تفعل فتحمل مسارات منتفخة وأهدافا ضائعة واحتكاكا دائما بين التسويق والمبيعات.

المستفيدون من تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات

- القادة المسؤولون عن تحديد أهداف الإيرادات وتغطية منطقة جغرافية أو خط منتجات
- القادة المسؤولون عن حملات توليد الطلب وعن حجم الاستفسارات الناتجة عنها وجودتها
- القادة المسؤولون عن فرق المبيعات الداخلية والتنقيب التي تجري أول اتصال بالمشترين الجدد
- القادة المسؤولون عن عمليات الإيرادات والتقارير وقواعد قاعدة بيانات العملاء
- القادة المسؤولون عن تطوير الأعمال في أسواق أو شرائح عملاء جديدة

تستفيد الإدارات التجارية أكثر حين ترسل قائدا من التسويق وآخر من المبيعات معا، إذ يعودان بتعريفات موحدة.

قدرات تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات

يحول المشاركون التعامل العشوائي مع الاستفسارات إلى قواعد صريحة للتقييم والتسليم وأدلة المراحل وقرارات التوقع.

- تحديد ملف العميل المثالي انطلاقا من سجل الصفقات الرابحة والخاسرة — توجيه جهد التنقيب
- تصميم نموذج تقييم العملاء المحتملين يجمع الملاءمة وإشارات الشراء — تسليم العملاء من التسويق إلى المبيعات
- بناء معايير الخروج من كل مرحلة على أفعال المشتري لا نشاط البائع — مصداقية التوقعات
- حساب مؤشرات تغطية المسار ومعدلات التحويل وسرعة المبيعات — قرارات الموارد والتوظيف
- تقييم الفرص المتعثرة والمتضخمة عبر فحص منظم للصفقات — قرارات تنقية المسار
- إيصال فئات التوقع ومخاطرها إلى القيادة العليا — تعهدات الإيرادات

مصطلحات تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات الأساسية

- ملف العميل المثالي — وصف للمؤسسات الأكثر قابلية للشراء والاستمرار، مستخلص من الصفقات السابقة.
- تقييم العملاء المحتملين — طريقة نقاط ترتب الاستفسارات حسب ملاءمتها للملف وقوة نية الشراء لديها.
- العميل المؤهل تسويقيا — استفسار بلغ الدرجة المتفق عليها فيحال إلى المبيعات لأول اتصال.
- معايير الخروج من المرحلة — أدلة من المشتري يجب توافرها قبل نقل الفرصة إلى المرحلة التالية.
- تغطية المسار — نسبة قيمة الفرص المفتوحة إلى هدف الإيرادات للفترة نفسها.
- سرعة المبيعات — مقياس يجمع عدد الصفقات وحجمها ونسبة الفوز وطول الدورة البيعية.

تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات يوما بيوم

اليوم 1: رحلات المشترين ومصادر الطلب

- رسم خريطة مجموعة الشراء — من يبحث ومن يؤثر ومن يوقع
- قنوات الاستفسارات الواردة والصادرة والإحالات — أين يبذل الجهد
- مراجعة أنماط الصفقات الرابحة والخاسرة — أدلة لاختيار الحسابات المستهدفة
- تعريف ملف العميل المثالي — معايير الملاءمة لقوائم التنقيب
- نقاط الألم لدى شخصيات المشترين — اختيار رسائل الاتصال الأول

اليوم 2: قواعد التقييم والتسليم

- مصفوفة تقييم الملاءمة والنية — ترتيب الاستفسارات قبل الاتصال
- مجموعات أسئلة التأهيل — فحص الميزانية والصلاحية والحاجة والتوقيت
- اتفاقية مستوى الخدمة بين التسويق والمبيعات — تعهدات زمن الاستجابة
- مسارات إعادة التدوير والرعاية — التعامل مع مشترين غير جاهزين بعد
- سجل أسباب الاستبعاد — تغذية راجعة تحسن استهداف الحملات

اليوم 3: مراحل المسار وأدلة الصفقات

- تعريفات المراحل المرتكزة على أفعال المشتري — حالة موحدة للفرص
- قوائم تحقق معايير الخروج لكل مرحلة — أدلة قبل تقديم الصفقات
- خطط العمل المشتركة مع المشترين — خطوات متفق عليها نحو التوقيع
- أسئلة فحص الصفقات — كشف الفرص المتعثرة وأحادية التواصل
- قواعد حقول قاعدة البيانات وروتين تنقيتها — سجلات مسار موثوقة

اليوم 4: مؤشرات المسار وقرارات التوقع

- نسبة التغطية ومعدلات التحويل بين المراحل — الفجوات مقابل أهداف الإيرادات
- معادلة السرعة وتحليل طول الدورة البيعية — نقاط الاختناق في القمع
- فئات التوقع المؤكد والمحتمل والمفتوح — توقعات القيادة
- جدول أعمال مراجعة المسار الأسبوعية — مساءلة البائعين وتركيز التوجيه
- تصميم لوحة مؤشرات المسار — إشارات تتحرك القيادة بناء عليها

اليوم 5: تطبيق دليل مراحل مسار المبيعات

- تطبيق ملف العميل المثالي على قائمة عملاء حالة دراسية — الحسابات ذات الأولوية
- تقييم دفعة من استفسارات حالة دراسية — قرارات التسليم والرعاية
- لعب أدوار لفحص فرص حالة دراسية — تصحيح المراحل
- محاكاة جلسة توقع أمام لجنة قيادية — المؤكد مقابل المخاطر
- استكمال دليل مراحل مسار المبيعات — التعريفات والمعايير والمسؤولون

تطبيق تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات بعد الدورة

- إدارة جلسة مشتركة بين التسويق والمبيعات للاتفاق على عتبات التقييم وأزمنة الاستجابة عند التسليم.
- فحص أكبر عشر فرص مفتوحة وفق معايير الخروج الجديدة وتصحيح مراحلها.

أسئلة حول تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات

ما تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات ولماذا يهم الآن؟

هو ممارسة تحديد الاستفسارات التي تستحق وقت البيع والأدلة التي تنقل الصفقة عبر كل مرحلة. ويهم الآن لأن المشترين يبحثون منفردين مدة أطول، ولأن القيادة تطلب توقعات يمكن الدفاع عنها.

من الأدوار الأكثر استفادة من تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات؟

يستفيد مديرو المبيعات وقادة توليد الطلب وقادة المبيعات الداخلية وفرق عمليات الإيرادات ورؤساء تطوير الأعمال، خاصة حين يحضر التسويق والمبيعات معا.

كيف يختلف تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات عن دورات الحسابات الرئيسية أو توجيه البائعين؟

يركز على مقدمة القمع ووسطه: بناء الملف والتقييم والتسليم وأدلة المراحل. أما دورات الحسابات الرئيسية والتوجيه فتعنى بالعملاء القائمين وتطوير البائعين أفرادا.

ماذا تعود به من تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات؟

تعود بدليل مراحل يتضمن ملف العميل المثالي وعتبات التقييم ومعايير الخروج من المراحل وفئات التوقع، جاهزا لعرضه على زملائك.

تأهيل العملاء المحتملين وضبط مراحل مسار المبيعات: الطريق إلى الأمام

يمنح دليل مراحل مسار المبيعات فريقي التسويق والمبيعات لغة واحدة للعملاء المحتملين والصفقات. وأول استخدام له هو الاتفاق على عتبات التقييم ومعايير المراحل قبل التوقع الفصلي القادم. ويعتمد عليه مديرو المبيعات وأصحاب الحملات وفرق عمليات الإيرادات يوميا، وتستحق افتراضات التحويل المراجعة بعد مرور دورة بيعية كاملة من البيانات الجديدة.