JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك

21 – 25 مارس 2027

المنامة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك

المرجع: 108029_2817 **التاريخ:** 21 – 25 مارس 2027 **المكان:** المنامة **الرسوم:** GBP 4900

دورة اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري الحسابات الرئيسية وقادة المبيعات الذين يقررون أي العملاء يستحق استثمارا أعمق، وتنتهي بخطة أعمال مشتركة معتمدة لحساب واحد ذي أولوية. فقد اتسعت مجموعات الشراء واشتدت رقابة المشتريات، فصار توزيع الجهد بالتساوي على العملاء هدرا للكفاءات. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك.

لماذا يهم اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك الآن

تشكل ثلاث قوى هذا الموضوع اليوم. فالعملاء يقلصون عدد الموردين ويتوقعون من شركائهم المشاركة في الاستثمار. وتطلب الإدارات المالية من قادة المبيعات تبرير تكلفة خدمة كل عميل كبير. ومن يختار الحسابات بحجم الإيراد وحده يبالغ في خدمة مشترين منخفضي الهامش ويهمل من لديهم مجال نمو حقيقي. وتستند الدورة إلى تقييم جاذبية الحساب، والقيمة الدائمة للعميل، والخريطة الاستراتيجية، وبطاقة الأداء المتوازن Balanced Scorecard BSC لربط أهداف الحساب بالمقاييس.

المستفيدون من اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك

- المسؤولون عن مجموعة من كبار العملاء ممن يبررون توزيع موارد الحسابات
- قادة فرق المبيعات الذين يضعون نماذج التغطية ومعايير التصنيف
- المخططون التجاريون الذين يعدون توقعات الإيراد حسب العميل والشريحة
- رؤساء نجاح العملاء المسؤولون عن أهداف التجديد والتوسع
- مختصو العطاءات والتسعير الذين يصوغون العروض للمشترين الاستراتيجيين

وتستفيد مجموعة قيادة المبيعات في منطقة واحدة أكثر حين يحضر عدد من أعضائها معا ويتفقون على قاعدة تصنيف واحدة للمنطقة كلها.

قدرات اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك

يفرز المشاركون قاعدة العملاء حسب الجاذبية والملاءمة، ثم يحولون الفئة العليا إلى خطط يشارك العميل في ملكيتها.

- تقييم العملاء حسب الجاذبية وموقع المورد — قرار التصنيف للعام المقبل
- حساب تكلفة الخدمة وهامش الحساب — الشركاء الماليون الذين يراجعون التغطية
- رسم مراكز الشراء وخطوط التأثير — فريق الحساب عند توزيع مسؤولي التواصل
- تصميم عروض قيمة مرتبطة بأهداف العميل — راعي العميل عند اعتماد المبادرات المشتركة
- بناء خطة أعمال مشتركة بمقاييس متفق عليها — المراجعات الفصلية مع العميل
- إيصال خيارات المحفظة وموازناتها — مديرو المبيعات عند إعادة توزيع الجهد

مصطلحات اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك الأساسية

- جاذبية الحساب — درجة مرجحة لحجم العميل ونموه وإمكانات هامشه وملاءمته الاستراتيجية للمورد.
- موقع المورد — مدى تقدير العميل للمورد وحجم مشترياته منه مقارنة بالمنافسين.
- تكلفة الخدمة — التكلفة الكاملة للبيع لعميل واحد والتوريد له ودعمه خلال فترة محددة.
- مركز الشراء — مجموعة الأشخاص من وظائف مختلفة الذين يؤثرون في قرار الشراء أو يعتمدونه أو يوقفونه.
- خطة الأعمال المشتركة — خطة تكتب مع العميل تحدد الأهداف والمبادرات والمسؤولين والمقاييس المشتركة.
- حصة الإنفاق — الجزء من إنفاق العميل في فئة ما الذي يذهب إلى مورد واحد.

اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك يوما بيوم

اليوم 1: محفظة العملاء في سياقها

- تحليل تركز الإيرادات — مدى الاعتماد على عدد قليل من كبار المشترين
- اتجاهات تقليص الموردين — العملاء الذين يختصرون قوائم موردیهم
- القيمة الدائمة للعميل — القيمة البعيدة مقابل حجم الطلب الحالي
- تقدير حصة الإنفاق — مجال النمو داخل العملاء الحاليين
- مراجعة نموذج التغطية — مواءمة وقت البائع مع إمكانات العميل

اليوم 2: اختيار الحسابات الاستراتيجية وتصنيفها

- شبكة تقييم الجاذبية — ترجيح الحجم والنمو والهامش والملاءمة
- تقييم موقع المورد — المواضع التي يفضل فيها العميل المنافسين
- رسم مصفوفة المحفظة — خيارات الاستثمار أو الإبقاء أو التطوير أو الحصاد
- حساب تكلفة الخدمة — الهامش الحقيقي لكل عميل بعد الدعم
- ميثاق معايير التصنيف — قواعد نقل الحسابات بين الفئات

اليوم 3: فهم العميل من الداخل

- رسم مركز الشراء — من يؤثر ومن يعتمد ومن يوقف القرار
- خريطة قوة العلاقات — الفجوات في التواصل التنفيذي والتشغيلي
- مراجعة استراتيجية العميل — ربط أهدافه بعروض المورد
- مقابلات الاحتياجات والمكاسب — أدلة لبناء عروض القيمة
- رسم انتشار المنافسين — حضور المنافسين في مواقع العميل

اليوم 4: بناء القيمة والمقاييس المشتركة

- لوحة عرض القيمة — عروض مرتبطة بنتائج قابلة للقياس لدى العميل
- الخريطة الاستراتيجية للحساب — ربط الأهداف المشتركة بالمبادرات
- مقاييس بطاقة الأداء المتوازن — مؤشرات مشتركة يتابعها الطرفان
- دراسة جدوى المبادرة — طلب استثمار يقدم لقيادة المورد
- سجل المخاطر والاعتماديات — التهديدات لأهداف نمو الحساب

اليوم 5: ممارسة خطة الأعمال المشتركة

- إعادة التصنيف على محفظة حقيقية — تطبيق شبكات اليوم الثاني
- خطة التواصل مع أصحاب المصلحة — تطبيق خريطة مركز الشراء
- محاكاة تحديد الأهداف المشتركة — الاتفاق على المقاييس مع راعي العميل
- جدول مراجعة الأعمال الفصلية — إيقاع متابعة الخطة
- اعتماد خطة الأعمال المشتركة — إكمال الخطة لحساب واحد

تطبيق اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك بعد الدورة

- إعادة تطبيق شبكة تقييم الجاذبية على قائمة العملاء كاملة وعرض الفئات المعدلة.
- عقد جلسة تخطيط مشتركة مع عميل من الفئة العليا للاتفاق على المقاييس والمسؤولين.

أسئلة حول اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك

ما اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك، ولماذا يهم الآن؟

هو اختيار العملاء الذين يستحقون استثمارا أعمق ثم كتابة خطط النمو معهم. ويهم الآن لأن المشترين يقلصون عدد الموردين، ومن يوزع جهده بالتساوي يخسر الهامش ويخسر الحسابات الأقدر على النمو.

من يستفيد أكثر من اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك؟

يستفيد أكثر مديرو الحسابات الرئيسية وقادة المبيعات والمخططون التجاريون. وتستفيد إن كنت تدير كبار العملاء أو تضع قواعد التغطية أو تتوقع الإيراد حسب الحساب في قطاعات مثل التصنيع أو توريدات الرعاية الصحية.

بم يختلف اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك عن دورة الاحتفاظ بالعملاء؟

يبدأ في مرحلة أسبق، بتحديد الحسابات التي تستحق الاستثمار بدل الحفاظ على كل عميل. ويوازن الهامش والإمكانات وتكلفة الخدمة قبل التخطيط مع العملاء المختارين.

ماذا تعود به من اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك؟

تعود بتصنيف واضح لقاعدة عملائك ومسودة خطة أعمال مشتركة لحساب واحد ذي أولوية. وكلاهما جاهز للعرض على مدير المبيعات.

اختيار محفظة الحسابات الرئيسية وتخطيط الأعمال المشترك: الطريق إلى الأمام

تحدد خطة الأعمال المشتركة التي تبنى خلال الدورة أولا ما إذا كان الحساب المختار يحصل على وقت إضافي من البائعين واستثمار في الفصل المقبل. ويستخدمها مديرو الحسابات مع راعي العميل، ويستخدمها مديرو المبيعات لإعادة توازن التغطية. وبعد أول مراجعة فصلية تستحق معايير التصنيف إعادة النظر، إذ كثيرا ما يغير حساب حقيقي واحد أوزان المحفظة كلها.