JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات

31 أكتوبر – 11 نوفمبر 2027

المنامة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات

المرجع: 181_5330 **التاريخ:** 31 أكتوبر – 11 نوفمبر 2027 **المكان:** المنامة **الرسوم:** GBP 8000

استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات دورة تدريبية مدتها أسبوعين لمديري الحسابات الرئيسية ومديري علاقات العملاء وقادة تطوير الأعمال، يعود منها المشاركون بخطة استراتيجية لنمو حساب عميل ذي أولوية. فكسب عميل جديد يكلف غالبا أكثر بكثير من الحفاظ على عميل قائم وتوسيع تعاملاته، ولجان الشراء اليوم تحكم على المورد بنتائج قابلة للقياس. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب دورة استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات لقادة الحسابات.

لماذا تهم استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات الآن

ثلاث قوى تعيد تشكيل إدارة الحسابات اليوم: إدارات مشتريات تعيد طرح العقود في منافسات أكثر تكرارا، ولجان شراء أكبر وسلاسل قرار أطول، وبيانات استخدام تكشف إشارات التسرب المبكرة للمورد الذي يحسن قراءتها. المورد الذي يدير محفظته بوعي يحمي التجديدات ويوسع حصته من إنفاق العميل ويكسب التوصيات، أما من يعامل كل العملاء بالطريقة نفسها فلا يكتشف التسرب إلا عند وصول إشعار إنهاء العقد. وتستند الدورة إلى نمذجة القيمة الدائمة للعميل CLV، وممارسات إدارة الحسابات الرئيسية KAM، وصافي نقاط الترويج NPS مؤشرا على متانة العلاقة.

المستفيدون من استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات

- مالكو الحسابات المسؤولون عن التجديدات وتمديد العقود وإيرادات العملاء المسمين
- مديرو العلاقات الذين يتولون رعاية كبار المسؤولين لدى العملاء الاستراتيجيين
- قادة تطوير الأعمال الذين يحولون الحسابات القائمة إلى فرص بيع متقاطع وبيع ترقية
- قادة نجاح العملاء الذين يتابعون الاستخدام والتبني ومؤشرات صحة الحساب بعد البيع
- المديرون التجاريون الذين يقسمون المحافظ ويوزعون تغطية الحسابات

تستفيد الإدارات التجارية أكثر حين ترسل مالك حساب وقائدا من نجاح العملاء معا، لأن خطر عدم التجديد وفرصة التوسع يقيمان عندها من رؤية مشتركة لكل عميل.

قدرات استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات

يتدرب المشاركون على قراءة محفظة العملاء بوصفها مجموعة من مخاطر الفقد وخيارات النمو، ثم التعامل مع كل حساب بعمق التغطية المناسب له.

- تقييم كل عميل بمؤشر صحة يمزج الاستخدام والانطباع والإشارات التجارية — توقعات التجديد
- حساب القيمة الدائمة للعميل والحصة من إنفاقه للحسابات ذات الأولوية — قرارات الاستثمار في المحفظة
- تصميم دليل للاحتفاظ تطلقه إشارات تسرب محددة — قادة نجاح العملاء
- بناء خريطة علاقات تنفيذية تشمل الرعاة والمؤثرين والمعارضين — مديرو الحسابات
- تطبيق تحليل المساحات البيضاء لتخطيط عروض البيع المتقاطع والترقية — قادة تطوير الأعمال
- عرض القيمة المحققة عبر مراجعات أعمال منظمة — كبار المسؤولين لدى العميل

مصطلحات استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات الأساسية

- القيمة الدائمة للعميل CLV — صافي الإيراد المتوقع من علاقة العميل طوال مدتها المتوقعة.
- الحصة من إنفاق العميل — نسبة ما ينفقه العميل في فئة معينة ويذهب إلى مورد واحد.
- مؤشر صحة الحساب — مؤشر مركب يجمع الاستخدام والرضا والإشارات التجارية لكشف خطر عدم التجديد مبكرا.
- إشارة التسرب — تغير ملحوظ في سلوك العميل، كتراجع الاستخدام أو رحيل الراعي، يسبق فقده.
- تحليل المساحات البيضاء — جدول يقابل المنتجات بوحدات أعمال العميل ليكشف الفرص غير المستغلة.
- مراجعة الأعمال الربعية QBR — اجتماع منظم يقيم فيه المورد والعميل القيمة المحققة ويتفقان على الأولويات التالية.

استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات يوما بيوم

اليوم 1: اقتصاديات الحفاظ على العملاء

- نمذجة القيمة الدائمة للعميل — تحديد سقف الإنفاق على كل علاقة
- اقتصاديات الاحتفاظ مقابل الاستقطاب — إعادة توزيع الجهد التجاري
- اتجاهات إعادة طرح العقود — توقع موعد فتح المنافسة من جديد
- تطور لجان الشراء — لماذا لم تعد جهة اتصال واحدة تحمي الحساب
- تركز إيرادات المحفظة — الانكشاف على عدد قليل من كبار العملاء

اليوم 2: تقسيم محفظة العملاء

- مصفوفة تصنيف الحسابات — مواءمة عمق التغطية مع إمكانات العميل
- شبكة الجاذبية مقابل الموقع — الاختيار بين الاستثمار والإبقاء والحصاد
- تقسيم العملاء حسب الاحتياج — تجميع الحسابات وفق دوافع الشراء
- تحليل كلفة الخدمة — كشف العملاء الذين يستنزفون الهامش
- تصميم نموذج التغطية — توزيع المالكين والخلايا وأدوار نجاح العملاء

اليوم 3: قراءة صحة الحساب

- تصميم مؤشر صحة الحساب — ترجيح الاستخدام والانطباع والإشارات التجارية
- دليل إشارات التسرب — إنذارات مبكرة قبل إشعارات الإنهاء
- استبيانات NPS للعلاقة — قياس ولاء الراعي والمستخدم كلا على حدة
- لوحات الاستخدام والتبني — رصد التراخيص المهملة وتراجع النشاط
- سجل مخاطر التجديد — ترتيب الحسابات حسب حجم الانكشاف وتوقيته

اليوم 4: رسم خريطة العلاقات التنفيذية

- خريطة وحدة اتخاذ القرار — الرعاة والمؤثرون والمستخدمون والمعارضون
- تقييم قوة العلاقة — عمق جهات الاتصال واتساعها في كل حساب
- استراتيجية تعدد قنوات العلاقة — تقليل الاعتماد على مناصر واحد
- آلية مزاوجة الرعاة التنفيذيين — ربط القيادات في المنظمتين
- خطة طوارئ رحيل الراعي — حماية الحساب عند مغادرة المناصرين

اليوم 5: بناء خطة الحساب الاستراتيجية

- تحليل أعمال العميل — ربط أهدافه بعروض المورد
- تحليل SWOT للحساب وموقع المنافسين — أين يهدد المنافسون التجديد
- خطة النجاح المشتركة — أهداف مشتركة يوقعها الطرفان
- نماذج خطط الحسابات — الأهداف والإجراءات والمسؤولون والمراحل
- إيقاع متابعة خطة الحساب — مراجعات شهرية وإعادة ضبط سنوية

اليوم 6: أدلة الاحتفاظ بالعملاء

- مراحل نجاح التهيئة — تحقيق قيمة مبكرة في الأشهر الأولى
- خطوات الاستجابة لإشارات التسرب — مواءمة التدخل مع نوع الإنذار
- مكتب الإنقاذ وعروض الاستعادة — متى يكون التنازل مجديا تجاريا
- قائمة جاهزية التجديد — إعداد الأدلة قبل بدء التفاوض
- مقابلات تحليل الفقد — معرفة الأسباب الفعلية لمغادرة العملاء

اليوم 7: زيادة الحصة من إنفاق العميل

- جدول تحليل المساحات البيضاء — المنتجات مقابل وحدات أعمال العميل
- إشارات القابلية للبيع المتقاطع — أي العملاء مستعد لشراء المزيد
- تغليف عروض الترقية وتدرجها — نقل العملاء إلى مستويات خدمة أعلى
- دراسة جدوى التوسع — قياس العائد لمشتري العميل
- تسلسل الدخول ثم التوسع — ترتيب العروض عبر أقسام العميل

اليوم 8: إثبات القيمة للعملاء

- مقاييس تحقق القيمة — نتائج اتفق العميل على قياسها
- تصميم مراجعة الأعمال الربعية — جدول الأعمال والأدلة والقرارات المطلوبة
- قصص القيمة وأدلة الحالات — تحويل النتائج إلى لغة الراعي
- الاستجابة لضغوط التسعير — الدفاع عن القيمة قبل طلبات الخصم
- التفاوض على تجديد العقد — مقايضة المدة والنطاق والسعر معا

اليوم 9: مواءمة المنظمة خلف العملاء الرئيسيين

- ميثاق فريق الحساب — أدوار المبيعات والخدمة والتنفيذ والمالية
- مسارات التصعيد للعملاء الاستراتيجيين — قرارات سريعة في قضايا العميل
- حلقة ملاحظات العملاء إلى المنتج — تحويل الطلبات إلى مدخلات خارطة التطوير
- حوافز إدارة الحسابات — مكافأة التوازن بين الاحتفاظ والتوسع
- تقارير المحفظة للقيادة — توقعات التجديد وخط فرص النمو

اليوم 10: ممارسة خطة نمو الحساب الاستراتيجية

- معايرة مؤشر الصحة — تطبيق إشارات اليوم 3 على عميل فعلي
- سد فجوات خريطة العلاقات — البناء على رسم الرعاة في اليوم 4
- ترتيب فرص المساحات البيضاء — استخدام جداول اليوم 7 لاختيار العروض
- التمرن على مراجعة الأعمال مع تحدي الزملاء — اختبار أدلة القيمة من اليوم 8
- خطة نمو الحساب الاستراتيجية — تحركات الاحتفاظ وعروض النمو والمسؤولون

تطبيق استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات بعد الدورة

- تقييم كل حساب من الفئة العليا بنموذج صحة الحساب، وتحديد أضعف ثلاثة حسابات، وإطلاق خطوة الاستجابة المناسبة لإشارة التسرب في كل منها.
- إجراء تحليل المساحات البيضاء لعميل ذي أولوية، وعرض خيارين للبيع المتقاطع مع دراسة جدوى للتوسع في مراجعة الأعمال القادمة.

أسئلة حول استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات

ما استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات، ولماذا تهم الآن؟

هي الأساليب التي يستخدمها المورد للحفاظ على العملاء ذوي القيمة وتوسيع ما يشتريه كل منهم. وتزداد أهميتها لأن العقود يعاد طرحها أكثر، ولجان الشراء أكبر، وإشارات التسرب المبكرة يمكن قراءتها قبل خسارة العقد.

من أكثر المستفيدين من دورة استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات؟

يستفيد أكثر مديرو الحسابات الرئيسية ومديرو العلاقات وقادة تطوير الأعمال. ويستفيد كذلك قادة نجاح العملاء والمديرون التجاريون، لأنهم يتابعون صحة الحسابات ويقسمون المحافظ ويقررون أين تستثمر التغطية والرعاية التنفيذية.

كيف تختلف استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات عن دورة مهارات البيع العامة؟

التركيز هنا على العملاء القائمين لا على العملاء المحتملين. فدورة مهارات البيع تدرب على البحث عن العملاء وإغلاق الصفقات، أما هنا فتعمل على تقسيم المحفظة ومؤشرات الصحة وخرائط العلاقات وخطوات الاحتفاظ والتوسع داخل حسابات تم كسبها.

ماذا تعود به من دورة استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات؟

تعود بخطة نمو لعميل ذي أولوية. تتضمن مؤشر صحة معايرا، وخريطة علاقات سدت فيها فجوات الرعاة، وعروض مساحات بيضاء مرتبة، وطريقة لمراجعة الأعمال، ولكل منها مسؤول محدد.

استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الحسابات: الطريق إلى الأمام

تحدد خطة نمو الحساب الاستراتيجية أولا تحركات الاحتفاظ المطلوبة قبل نافذة التجديد القادمة والعرض التوسعي الذي يبدأ به المورد. ويستخدمها مالكو الحسابات ومديرو العلاقات وقادة نجاح العملاء لتنسيق فرقهم. وبعد أول استخدام لها يستحق ترجيح مؤشر الصحة المراجعة، إذ تكشف نتائج التجديد الفعلية أي إشارات التسرب تستحق اهتماما أكبر من غيرها.