JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة

21 – 25 ديسمبر 2026

أمستردام

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة

المرجع: 64620_1761 **التاريخ:** 21 – 25 ديسمبر 2026 **المكان:** أمستردام **الرسوم:** GBP 6200

استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري الحسابات الرئيسية وفرق تطوير الأعمال لدى موردي النفط والغاز والكهرباء، يعد فيها كل مشارك خطة حساب استراتيجية لعميل محدد. فالمشترون في قطاع الطاقة يقلصون أعداد الموردين ويشددون المناقصات ويطلبون شركاء يدعمون أهداف خفض الانبعاثات، فأصبح استمرار العلاقة مرهونا بإثبات القيمة. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة.

لماذا تهم استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة الآن

تعيد ثلاث قوى تشكيل طريقة احتفاظ الموردين بأكبر عملائهم. فإدارات المشتريات لدى المشغلين وشركات المرافق تطبق استراتيجيات فئات الإنفاق التي تخفض عدد الموردين وتفضل من يخفض التكلفة الكلية للملكية. وأهداف التحول في الطاقة تدفع العملاء إلى تقييم الموردين على أساس الانبعاثات والمحتوى المحلي وسجل السلامة إلى جانب السعر. كما تتوزع سلطة القرار بين الهندسة والتشغيل والمالية والصحة والسلامة، فلا يكفي راع واحد لتجديد العقد. والموردون الذين يقرؤون هذه التحولات مبكرا يحمون إيراداتهم، وغيرهم يخسر العقود عند إعادة الطرح. وتستند الدورة إلى ممارسات إدارة الحسابات الرئيسية المعتمدة وخرائط أصحاب المصلحة ونماذج البيع القائم على القيمة.

المستفيدون من استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة

- المسؤولون عن الإيرادات واستبقاء محفظة من عملاء المشغلين وشركات المرافق
- المسؤولون عن فتح مواقع وأصول وخطوط خدمة جديدة داخل حسابات الطاقة القائمة
- المختصون التجاريون الذين يعدون التجديدات وأوامر التغيير ومراجعات الأسعار
- مهندسو المبيعات الفنية الذين يحولون أداء المعدات والخدمات إلى قيمة للعميل
- المسؤولون عن معالجة التصعيدات وتقارير الخدمة للعملاء الكبار

تستفيد فرق الحسابات التي تخدم العميل نفسه من المبيعات والهندسة والعقود أكثر عندما يحضر أعضاؤها معا.

قدرات استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة

يغادر المشاركون قادرين على تصنيف حسابات الطاقة ورسم خرائطها وتنميتها.

- تقييم جاذبية الحساب وموقع المورد باستخدام مصفوفة المحفظة — تحديد العملاء الذين يستحقون فريقا مخصصا
- رسم مراكز الشراء عبر مواقع العميل في المنبع والنقل والكهرباء — اختيار من يجب التواصل معه قبل المناقصة
- بناء عرض قيمة مرتبط بجاهزية التشغيل والسلامة والانبعاثات — الحجة المقدمة للرعاة
- تصميم إيقاع لحوكمة العلاقة بمراجعات مشتركة — تنفيذيو العميل وقيادة المورد
- إعداد استراتيجية التجديد وإعادة الطرح مع حدود الانسحاب — لجنة العقود والتسعير
- عرض أهداف نمو الحساب ومخاطره في خطة واحدة — قيادة المبيعات والمالية

مصطلحات استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة الأساسية

- الحساب الرئيسي — عميل تبرر إيراداته أو ملاءمته الاستراتيجية أو قيمته المرجعية تخصيص فريق وخطة مكتوبة.
- مركز الشراء — مجموعة المهندسين والمشغلين والمشترين والتنفيذيين الذين يشكلون قرار الشراء لدى العميل.
- الحصة من إنفاق العميل — نسبة ما يفوز به مورد واحد من إجمالي إنفاق العميل في فئة معينة.
- عرض القيمة — بيان بالمنافع القابلة للقياس التي يحققها المورد مقابل أهداف العميل التشغيلية والتجارية.
- التكلفة الكلية للملكية — كامل تكلفة الأصل أو الخدمة طوال عمرها، بما فيها الصيانة والتوقف والتخلص.
- اتفاقية الخدمات الإطارية — عقد إطاري يحدد الشروط التي تصدر بموجبها أوامر الاستدعاء وحزم العمل.

استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة يوما بيوم

اليوم 1: مشهد عملاء الطاقة

- نماذج الشراء لدى المشغلين والمرافق ومقاولي EPC — مواضع تأثير المورد
- استراتيجية فئات الإنفاق وتقليص الموردين — المخاطر على المورد الحالي
- أهداف التحول وخفض الانبعاثات — معايير جديدة لاختيار الموردين
- مصفوفة محفظة الحسابات — اختيار الحسابات للفرق المخصصة
- تاريخ الحساب وملف الإيرادات — خط الأساس لأهداف النمو

اليوم 2: رسم خرائط أصحاب المصلحة لدى العميل

- رسم مراكز الشراء عبر المواقع — تحديد صناع القرار الفعليين
- شبكة التأثير والموقف — ترتيب أولوية التواصل مع الرعاة والمعارضين
- خطط التواصل متعددة المستويات — ربط التنفيذيين والمهندسين والمشترين
- الهياكل التنظيمية وخطط الأصول لدى العميل — رصد نوافذ الإنفاق القادمة
- مؤشر صحة العلاقة — إنذار مبكر قبل إعادة الطرح

اليوم 3: بناء القيمة للعميل

- نماذج التكلفة الكلية للملكية — الحجة فيما يتجاوز سعر الوحدة
- حالات قيمة الجاهزية والسلامة والانبعاثات — مواءمة أولويات العميل
- لوحة عرض القيمة — مطابقة العروض مع تحديات العميل
- البيع المتقاطع في أصول ومواقع جديدة — رفع الحصة من إنفاق العميل
- حالات من معالجة الغاز وتوليد الكهرباء — أنماط قيمة مجربة

اليوم 4: التجديد وحوكمة العلاقة

- تخطيط تجديد اتفاقية الخدمات الإطارية — التوقيت ومواقف التفاوض
- بنود مراجعة الأسعار وتعديلها — حماية الهامش طوال مدة العقد
- مراجعات الأعمال الربعية — حوار منظم حول الأداء المشترك
- تقارير مستوى الخدمة ومؤشرات الأداء — أدلة لقرارات التجديد
- معالجة الشكاوى والتصعيد — استعادة الثقة بعد الحوادث

اليوم 5: تطبيق خطة الحساب الاستراتيجية

- نتائج المحفظة وأصحاب المصلحة — تحديد أهداف الحساب
- اختيار حالة القيمة — تحديد الرسالة الرئيسية للعميل
- خارطة التجديد وتقويم الحوكمة — ترتيب إجراءات العميل
- مراجعة الزملاء لمسودات الخطط — اختبار الافتراضات والمخاطر
- خطة الحساب الاستراتيجية — الأهداف والإجراءات والمسؤولون النهائيون

تطبيق استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة بعد الدورة

- قيادة جلسة لرسم مركز الشراء مع الزملاء لعميل ذي أولوية وتحديث مؤشر صحة العلاقة.
- عقد مراجعة أعمال ربعية مع عميل رئيسي باستخدام حالة قيمة مبنية على التكلفة الكلية للملكية.

أسئلة حول استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة

ما استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة ولماذا تهم الآن؟

استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة هي الأسلوب المخطط الذي ينمي به الموردون عملاء النفط والغاز والكهرباء الكبار ويحتفظون بهم. وتهم الآن لأن المشترين يقلصون الموردين ويقيمونهم على التكلفة والسلامة والانبعاثات معا.

من يستفيد أكثر من تدريب استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة؟

يستفيد أكثر مديرو الحسابات الرئيسية وفرق تطوير الأعمال والمختصون التجاريون. كما يستفيد مهندسو المبيعات الفنية ومسؤولو الخدمة الذين يدعمون عملاء الطاقة الكبار.

كيف تختلف استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة عن دورة المبيعات العامة؟

تركز على تنمية الحسابات الكبيرة القائمة بدلا من كسب عملاء جدد. وتعمل على مراكز الشراء والتجديدات وحالات القيمة الخاصة بمشغلي الطاقة وشركات المرافق.

ماذا تعود به من تدريب استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة؟

تعود بخطة حساب استراتيجية لعميل حقيقي، تتضمن خرائط أصحاب المصلحة وحالة قيمة وخارطة للتجديد.

استراتيجيات علاقات كبار عملاء الطاقة: الطريق إلى الأمام

تمنح خطة الحساب الاستراتيجية كل مشارك أداة عمل لعميل طاقة محدد. وأول استخدام لها هو تحديد أصحاب المصلحة الذين يجب إشراكهم قبل نافذة التجديد أو المناقصة القادمة. ويستخدمها مديرو الحسابات وقادة المبيعات وفرق العقود معا. وبعد أول مراجعة أعمال ربعية، تستحق حالة القيمة المراجعة في ضوء ما أعطاه العميل الأولوية فعلا.