

العملاء المهتمون

August 24, 2026

العملاء المهتمون

التطبيقات > إدارة علاقات العملاء > العملاء المهتمين

عمل مهتم	البريد الإلكتروني	البلد	المنطقة	مندوب المبيعات	فريق المبيعات
REF0001	john.miller@example.demo	Singapore		Wendi Baltz	Viverra nam
REF0002	henry.campbell@example.demo	Portugal		Henry Campbell	Voluptat blandit
REF0003	carrie.helling@example.demo	Australia		Wendi Baltz	In massa
REF0004	wendi.baltz@example.demo	Belgium		Henry Campbell	Viverra nam
REF0005	thomas.pascot@example.demo	Singapore		Carrie Heltz	Integer vitae
REF0006	john.miller@example.demo	Portugal		John Miller	Viverra nam
REF0007	henry.campbell@example.demo			John Miller	Voluptat blandit
REF0008	carrie.helling@example.demo			Wendi Baltz	Lacrima sit
REF0009	wendi.baltz@example.demo			Wendi Baltz	Voluptat blandit
REF0010	thomas.pascot@example.demo			John Miller	In massa

إنشاء عميل مهتم

بعد العملاء المهتمين الخطوة التالية قبل إنشاء فرصة.

العملاء المهتمين — إدارة علاقات العملاء > العملاء المهتمين

نظرة عامة

تُستخدم قائمة **العملاء المهتمين** لتسجيل الطلبات الأولية قبل تأهيلها كفرص مبيعات، ومتابعة فرص المبيعات القائمة حتى اتخاذ قرار بالفوز أو الضياع. يستخدمها مندوب المبيعات ومدير المبيعات لتجميع بيانات جهة الاتصال والشركة المتوقعة والإيراد المتوقع واحتمالية النجاح، ثم تحويل العميل المهتم إلى فرصة عند توفر معلومات كافية للمتابعة.

تُعرض السجلات في المسار **إدارة علاقات العملاء > العملاء المهتمين**، وتتضمن العملاء المهتمين والفرص وفق قيمة **(Type)** النوع.

الإعدادات

قبل بدء العمل اليومي، اضبط العناصر التي تساعد على تأهيل العملاء المهتمين وتصنيفهم ومتابعة الإيرادات المتكررة.

عدد المهور	اسم الخطة
1	دورياً
12	شهرتاً
36	خاتل 3 سنوات
60	خاتل 5 سنوات
0	

الخطط المتكررة — إدارة علاقات العملاء > التهيئة > الخطط المتكررة

انتقل إلى إدارة علاقات العملاء > التهيئة > الخطط المتكررة وأنشئ الخطط التي ستستخدمها للفرص ذات الإيراد الدوري.

- لتحديد الخطة (Plan Name) أدخل اسم الخطة.
- لتحديد مدة الخطة (# Months) أدخل عدد الأشهر.
- لإتاحة الخطة عند العمل على العملاء المهتمين والفرص (Active) فَعِّل نشط.
- استخدم جديد لإضافة خطة متكررة.

انتقل إلى إدارة علاقات العملاء > التهيئة > فرق المبيعات لضبط الفرق التي تستقبل الطلبات وتتابعها.

- لإدارة عملية ما قبل البيع من خلال الفرص (Pipeline) فَعِّل مسار المبيعات.
- لتأهيل الطلبات الواردة كعملاء مهتمين قبل تحويلها إلى فرص (Leads) فَعِّل العملاء المهتمون.
- لاستقبال الرسائل الواردة؛ فالرسائل الجديدة الواردة إلى هذا العنوان تنشئ (Alias) حدّد البريد المستعار. عملاء مهتمين وتُسنَد إلى القناة.
- للتحكم في الجهات التي (Alias Contact Security) اختر سياسة أمان جهات اتصال البريد المستعار. يمكنها نشر رسالة باستخدام بوابة البريد الإلكتروني.
- (Sales Team) وأعضاء فريق المبيعات (Salespersons) أضف المستخدمين في مندوبو المبيعات لتحديد أعضاء الفريق (Members).
- لتوزيع العملاء المهتمين غير المسندين إلى الفريق (Assign Leads) استخدم تعيين العملاء المهتمين. وفق إعداداته.

انتقل إلى إدارة علاقات العملاء > التهيئة > مخطط سير العمل > أسباب الضياع، ثم استخدم جديد لإدخال لأسباب الضياع التي تعتمد على المؤسسة (Description) الوصف.

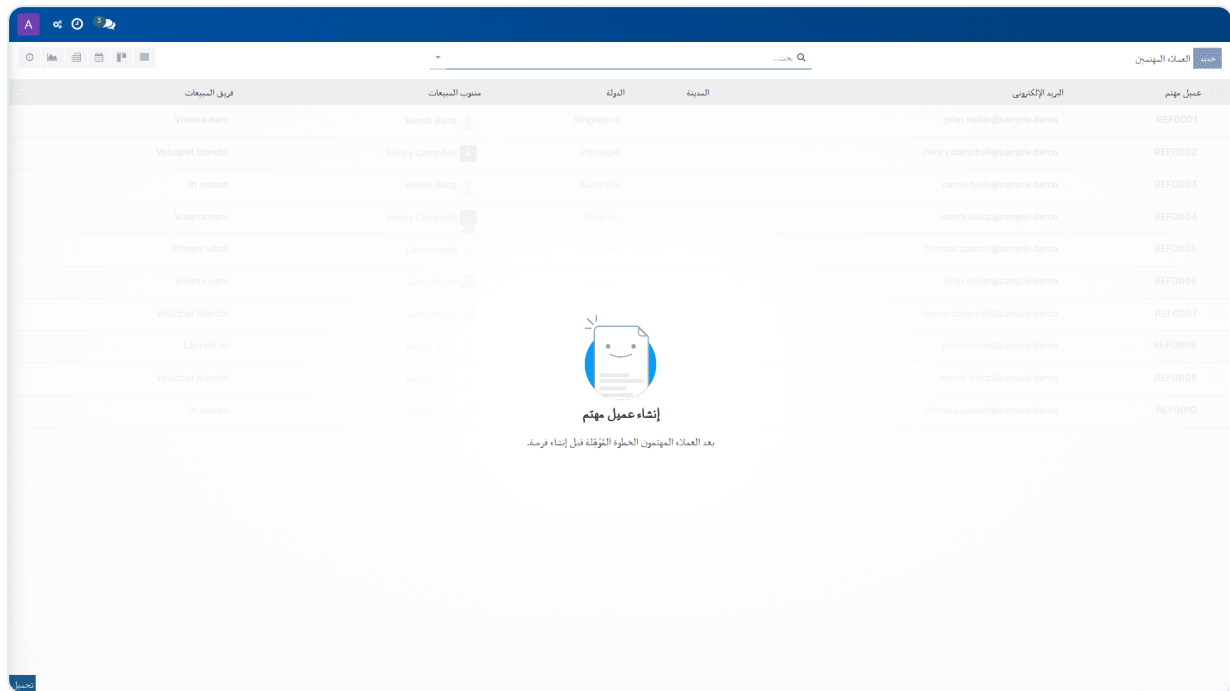
انتقل إلى إدارة علاقات العملاء < التهيئة < مخطط سير العمل < علامات التصنيف، ثم استخدم جديد لإنشاء اسم 4. للتصنيفات التي يحتاجها فريق المبيعات (Tag Name) العلامة.

في الخطط المتكررة وفرق المبيعات التي تريد إتاحتها للمستخدمين. إلغاء (Active) ملاحظة: فَعَل حقل نشط. التفعيل يخفي فريق المبيعات دون حذفه.

سير العمل

1. تسجيل طلب أولي كعميل مهتم

انتقل إلى إدارة علاقات العملاء < العملاء المهتمين، ثم اضغط جديد لإنشاء سجل 1.



البريد الإلكتروني	الاسم	الدولة	مكتب المبيعات	فريق المبيعات
john.miller@example.com	Viverra nam	Singapore	Wendi Baltz	
henry.campbell@example.com	Voluptat blandit	Portugal	Henry Campbell	
carrie.holmes@example.com	In massa	Australia	Wendi Baltz	
wendi.baltz@example.com	Viverra nam	Brasile	Henry Campbell	
thomas.pascart@example.com	Integer vitae	Brasile	Carrie Holts	
john.miller@example.com	Viverra nam		John Miller	
henry.campbell@example.com	Voluptat blandit		John Miller	
carrie.holmes@example.com	Lacrima ut		Wendi Baltz	
wendi.baltz@example.com	Voluptat blandit		Wendi Baltz	
thomas.pascart@example.com	In massa		John Miller	

إنشاء عميل مهتم

بعد العملاء المهتمون الخطوة التالية قبل إنشاء فرصة.

العملاء المهتمين — إدارة علاقات العملاء < العملاء المهتمين

2. وهو حقل مطلوب لتمييز الطلب أو موضوع المتابعة (Opportunity) أدخل الفرصة.

3. اختر النوع (Type):

- عندما تكون المعلومات أولية وتحتاج إلى تأهيل قبل إدارتها كفرصة (Lead) اختر عميل مهتم
- إذا كانت المعطيات المتاحة كافية لمتابعة عملية بيع مباشرة (Opportunity) اختر فرصة

4. أضف البيانات المتاحة لتسهيل التأهيل والمتابعة:

- لتصنيف موضع السجل في عملية المتابعة (Stage) حدّد المرحلة
- لتقدير قيمة إمكانية (Probability) والاحتمالية (Expected Revenue) أدخل الإيراد المتوقع البيع.

- **(Recurring Plan)** واختر الخطة المتكررة **(Recurring Revenues)** أدخل الإيرادات المتكررة
- إذا كان الطلب يتضمن إيرادات دورياً.
- عند وجود جهة اتصال مرتبطة. يمكنك البحث باسم العميل أو الرقم الضريبي **(Customer)** اختر العميل
- أو البريد الإلكتروني أو المرجع الداخلي.
- إذا كانت الشركة المتوقعة غير موجودة بعد؛ يُستخدم الاسم عند **(Company Name)** أدخل اسم الشركة
- تحويل العميل المهتم إلى فرصة.
- الولاية، **(City)** المدينة، **(Street2)** الشارع 2، **(Street)** أكمل بيانات العنوان عند توفرها: الشارع
- **(Country)** والدولة، **(Zip)** الرمز البريدي، **(State)**.
- لعنوان موقع جهة الاتصال **(Website)** أدخل الموقع الإلكتروني.

عندما لا تكون جهة الاتصال أو احتياجاتها مؤهلة بعد. يتيح **(Lead)** نصيحة: ابدأ بسجل من نوع عميل مهتم ذلك فصل الطلبات الأولية عن الفرص التي تستحق متابعة مبيعات مباشرة.

2. اتخاذ قرار التأهيل: الإبقاء كعميل مهتم أو التحويل إلى فرصة

1. راجع اسم الفرصة وبيانات العميل والإيراد المتوقع والاحتمالية. إذا كانت المعلومات ما زالت غير كافية، أبقِ
2. واستكمل بياناته عند ورود معلومات جديدة **(Lead)** السجل من نوع عميل مهتم
3. **(Convert to Opportunity)** عندما يصبح الطلب مؤهلاً للمتابعة التجارية، اضغط تحويل إلى فرصة.
4. واستخدم بيانات الشركة وبيانات العميل المرتبط، **(Opportunity)** بعد التحويل، تابع السجل كنوع فرصة
5. لاستكمال المفاوضة.

3. اتخاذ قرار البيع: إنشاء عرض سعر أو تسجيل الفوز

1. **(New Quotation)** عند الحاجة إلى تقديم عرض للعميل، افتح السجل واضغط عرض سعر جديد.
2. أو **(Expected Revenue)** استخدم عرض السعر الناتج لمتابعة التفاوض التجاري. حدّث الإيراد المتوقع
3. إذا تغيرت تقديراتك أثناء المتابعة **(Probability)** الاحتمالية
4. لتسجيل أنها فازت **(Won)** عند نجاح الفرصة، اضغط فاز.

إلا بعد اتخاذ قرار نهائي بأن الفرصة نجحت. راجع قيمة الإيراد المتوقع **(Won)** ملاحظة: لا تستخدم فاز وبيانات العميل قبل تسجيل النتيجة.

4. اتخاذ قرار عدم الاستمرار: تسجيل الضياع أو استعادة المتابعة

1. لتسجيل الضياع **(Lost)** إذا لم تستمر الفرصة أو العميل المهتم، اضغط خسر.
2. لإعادة السجل إلى المتابعة **(Restore)** عند عودة العميل للتواصل أو توفر سبب جديد للمتابعة، اضغط استعادة.

قبل، **(Probability)** والاحتمالية **(Expected Revenue)** حدّث بيانات الفرصة، ولا سيما الإيراد المتوقع 3. اتخاذ قرار جديد بإنشاء عرض سعر أو تسجيل الفوز.

5. اتخاذ قرار اعتماد العمولة عند توفره

- (Request Approval)** إذا كان سجل العميل المهتم أو الفرصة يتطلب اعتماد عمولة، اضغط طلب اعتماد لإرسال طلب الاعتماد.
- عند مراجعة الطلب، استخدم أحد القرارين المتاحين:
 - لقبول العمولة **(Approve Commission)** اضغط اعتماد العمولة.
 - لرفض العمولة **(Reject Commission)** اضغط رفض العمولة.

تحذير: اختر قرار اعتماد العمولة بعناية؛ توفر الشاشة إجراءات منفصلين للاعتماد والرفض، لذلك يجب مراجعة السجل قبل تنفيذ أي منهما.

مرجع الحقول في قائمة العملاء المهتمين

الحقل	الاستخدام
(Opportunity) الفرصة	اسم أو موضوع العميل المهتم أو الفرصة، وهو حقل مطلوب.
(Type) النوع	يحدد ما إذا كان السجل عميلاً مهتماً أو فرصة.
(Stage) المرحلة	يوضح مرحلة السجل في المتابعة.
(Expected Revenue) الإيراد المتوقع	قيمة الإيراد المتوقع من السجل.
(Recurring Revenues) الإيرادات المتكررة	قيمة الإيرادات الدورية المتوقعة.
(Recurring Plan) الخطة المتكررة	الخطة المستخدمة للإيرادات المتكررة.
(Probability) الاحتمالية	تقدير احتمال نجاح السجل.
(Customer) العميل	جهة الاتصال المرتبطة اختياريًا؛ يمكن العثور عليها بالاسم أو الرقم الضريبي أو البريد الإلكتروني أو المرجع الداخلي.
(Company Name) اسم الشركة	اسم الشركة المتوقعة التي تُنشأ عند تحويل العميل المهتم إلى فرصة.
(Street2) والشارع 2 (Street)	بيانات عنوان جهة الاتصال أو الشركة.
(City) المدينة، (State) الولاية، (Zip) الرمز البريدي، (Country) الدولة	مكونات عنوان جهة الاتصال أو الشركة.
(Website) الموقع الإلكتروني	موقع جهة الاتصال على الإنترنت.

أمثلة

تلقى فريق المبيعات طلباً من شركة «الرواد للتجهيزات» للاستفسار عن توريد معدات بقيمة تقديرية تبلغ 75,000.

1. انتقل مندوب المبيعات إلى إدارة علاقات العملاء < العملاء المهتمين وضغط جديد.
2. «طلب توريد معدات — الرواد للتجهيزات» (Opportunity) أدخل في الفرصة.
3. الرواد» (Company Name) وأدخل اسم الشركة، (Type) في النوع (Lead) اختار عميل مهتم (Website) الرياض»، والموقع الإلكتروني» (City) للتجهيزات»، والمدينة
https://www.alruwad.example .
4. (Probability): 30% والاحتمالية، 75,000 (Expected Revenue): أدخل الإيراد المتوقع.
5. (Convert to Opportunity) بعد تأكيد احتياج العميل وبيانات التواصل، ضغط تحويل إلى فرصة.
6. (New Quotation) أنشأ عرضاً بالضغط على عرض سعر جديد.
7. لتسجيل نتيجة الفرصة (Won) بعد قبول العميل للعرض، ضغط فاز.

نصائح

عندما تكون جهة الاتصال مسجلة مسبقاً، واستخدم اسم الشركة (Customer) نصيحة: استخدم العميل (Company Name) عندما تكون شركة محتملة لم تُنشأ بعد.

(Recurring) مع الإيرادات المتكررة (Recurring Plan) نصيحة: أدخل الخطة المتكررة (Recurring Revenues) فقط للفرص التي تتضمن إيراداتاً دورياً، لتبقى تقديرات الإيراد واضحة.

استكشاف الأخطاء وإصلاحها

المشكلة	السبب المحتمل	الحل
لا يمكن إنشاء السجل دون إدخال بيانات أساسية.	أو (Opportunity) حقل الفرصة (Type) النوع مطلوب.	أو (Lead) أدخل اسماً للفرصة واختر نوع السجل: عميل مهتم (Opportunity) فرصة.
لا تظهر جهة الاتصال المطلوبة في حقل العميل.	قد تكون طريقة البحث غير مكتملة أو لا توجد جهة اتصال مرتبطة بعد.	ابحث باسم جهة الاتصال أو الرقم الضريبي أو البريد الإلكتروني أو المرجع الداخلي؛ وإذا لم تكن الشركة موجودة، أدخل اسم الشركة (Company Name).
لا تظهر خطة الإيراد الدوري المطلوبة.	قد لا تكون الخطة منشأة أو غير نشطة.	راجع إدارة علاقات العملاء < التهيئة < الخطط المتكررة، وأنشئ (Active) الخطة أو فعّل نشاط.
يحتاج سجل ضائع إلى متابعة جديدة.	تم تسجيل السجل كضائع سابقاً.	ثم حدّث بياناته قبل (Restore) افتح السجل واضغط استعادة متابعة الفرصة.

روابط ذات صلة

- العملاء المهتمين — مرجع الحقول
- إدارة علاقات العملاء — نظرة عامة
- إدارة علاقات العملاء
- إدارة علاقات العملاء — مسار التعلم
- العملاء
- جهات الاتصال
- المستخدمون
- فرق المبيعات — مرجع الحقول
- الشركات
- عمولاتي
- الأنشطة
- المتوقع
- أنواع الأنشطة
- خطط النشاط
- أنشطتي