

إدارة علاقات العملاء — نظرة عامة

August 26, 2026

إدارة علاقات العملاء — نظرة عامة

التطبيقات > إدارة علاقات العملاء

توفّر إدارة علاقات العملاء مساحة مركزية لتنظيم فرص البيع ومتابعة العملاء المهتمين وتنسيق أنشطة فرق المبيعات. يستخدمها مندوبو المبيعات ومديرو المبيعات لمتابعة مسار المبيعات، من تسجيل العميل المهتم إلى تحليل أسباب ضياع الفرص وتحسين أداء الفريق.

تدير هذه المنطقة سجلات العملاء المهتمين، إلى جانب إعدادات تساعد على تصنيفهم وتوجيه متابعتهم، مثل علامات التصنيف وأنواع الأنشطة وخطط النشاط. كما تدعم تنظيم الأعمال المتكررة عبر الخطط المتكررة.

يمكن لمدير المبيعات إعداد فرق المبيعات وتحديد خطط العمولة المرتبطة بالأداء، ومراجعة أسباب الضياع لفهم العوامل التي تؤدي إلى عدم إتمام فرص البيع. تساعد هذه البيانات على تحسين المتابعة، ورفع جودة التواصل مع العملاء، ودعم القرارات التجارية.

ما الذي يمكنك فعله هنا

- إدارة العملاء المهتمين ومتابعة بياناتهم ضمن دورة المبيعات.
- إنشاء أنواع الأنشطة المستخدمة لتوثيق المكالمات والاجتماعات والمهام التجارية.
- إعداد خطط النشاط لتوحيد خطوات المتابعة المطلوبة للعملاء المهتمين.
- تنظيم المتابعات الدورية باستخدام الخطط المتكررة.
- إنشاء فرق المبيعات وتحديد هيكل العمل التجاري.
- إعداد خطط العمولة لدعم احتساب حوافز المبيعات.
- تعريف أسباب الضياع وتحليل الفرص التي لم تُستكمل.
- استخدام علامات التصنيف لتجميع العملاء المهتمين وتصنيفهم.

روابط ذات صلة

- أنواع الأنشطة
- أنواع الأنشطة — مرجع الحقول
- إدارة علاقات العملاء
- الأنشطة

- إدارة علاقات العملاء — مسار التعلم
- المستخدمون
- تعديلات الحسابات لكل مصنع
- الشركات
- الموظفين
- العملاء المهتمين
- العملاء
- جهات الاتصال
- فرق المبيعات — مرجع الحقول
- عمولاتي
- المتوقع