

إدارة علاقات العملاء — مسار التعلم

September 10, 2026

إدارة علاقات العملاء — مسار التعلم

مسارات التعلم > إدارة علاقات العملاء

هذا المسار مخصص لموظفي المبيعات ومديري فرق المبيعات ومنسقي إدارة علاقات العملاء الذين يستخدمون التطبيق لتسجيل العملاء المهتمين، متابعة الأنشطة، إدارة فرص المبيعات، وتحليل النتائج. عند إكماله ستتمكن من تنظيم عملك اليومي مع العملاء، توجيه العملاء المهتمين خلال مخطط سير العمل، متابعة الزيارات والأنشطة، والاستفادة من التقارير والتهئية لتحسين أداء المبيعات.

أهداف التعلم

- في نهاية هذا المسار ستتمكن من تنظيم العملاء والعلماء المهتمين ضمن سجلات إدارة علاقات العملاء.
- في نهاية هذا المسار ستتمكن من متابعة أنشطتك اليومية وزيارات المبيعات الميدانية.
- في نهاية هذا المسار ستتمكن من التعاون مع الفرق وإدارة العملاء المهتمين عبر مخطط سير العمل.
- في نهاية هذا المسار ستتمكن من استخدام المتوقع والتقارير لمراجعة أداء المبيعات والأنشطة.
- في نهاية هذا المسار ستتمكن من تهيئة عناصر داعمة لعملية المبيعات، مثل أنواع الأنشطة وخطط النشاط وأسباب الضياع.
- في نهاية هذا المسار ستتمكن من متابعة عروض أسعارى وعمولاتى ومعلومات المنافسين عند توفر الصلاحيات المناسبة.

المتطلبات الأساسية

- الوصول إلى تطبيق إدارة علاقات العملاء.
- صلاحية الوصول إلى سجلات المبيعات، بما يشمل العملاء والعلماء المهتمين والأنشطة وفق نطاق عملك.
- للمستخدمين الذين يديرون الفرق أو يراجعون التقارير: صلاحية الوصول إلى الفرق وتقارير المتوقع ومخطط سير العمل والأنشطة.
- للمستخدمين الذين يضبطون إعدادات التطبيق: صلاحية الوصول إلى شاشات التهيئة، مثل الإعدادات وفرق المبيعات وأنواع الأنشطة.
- معرفة أساسية بعملية المبيعات في مؤسستك وبمراحل متابعة العميل من الاهتمام الأولي حتى عرض السعر أو تسجيل الضياع.

الوحدة 1: تنظيم أساس العمل مع العملاء

الهدف: إنشاء قاعدة عمل منظمة تساعدك على الوصول إلى العملاء والعملاء المهتمين وتحديد مسؤولية المتابعة

الدرس 1.1: التمييز بين العملاء والعملاء المهتمين

عندما تتلقى جهة اتصال جديدة أو تحتاج إلى مراجعة بيانات عميل قائم، ابدأ بتحديد نوع السجل الذي تعمل عليه. استخدم شاشة **العملاء** للوصول إلى العملاء الحاليين ومراجعة سجلاتهم، واستخدم شاشة **العملاء المهتمين** لتجميع ومتابعة جهات الاتصال والفرص التي ما زالت ضمن عملية المبيعات. يساعد هذا الفصل على إبقاء قاعدة العملاء مستقرة، مع إدارة فرص النمو والمتابعة في مسار مستقل.

تدريب عملي: افتح **العملاء** ثم **العملاء المهتمين**، وحدد السجل المناسب لجهة اتصال تعمل عليها حالياً

الدرس 1.2: توزيع المتابعة ضمن الفرق

عندما تحتاج إلى معرفة الفريق المسؤول عن فرصة أو تنسيق العمل بين أعضاء المبيعات، استخدم شاشة **الفرق**. راجع الفرق ومسارات العملاء المهتمين المرتبطة بها لتعرف أين تتابع العمل اليومي ومن يشارك في إدارة الفرص. ولإدارة التي تحتاج إلى ضبط هيكل الفرق، استخدم **فرق المبيعات** ضمن التهيئة.

تدريب عملي: انتقل إلى **الفرق** وحدد الفريق الذي ستستخدمه لمتابعة عملائك المهتمين

الوحدة 2: تنفيذ المتابعة اليومية وتحويل الاهتمام إلى فرصة

الهدف: إدارة العمل اليومي من خلال الأنشطة والزيارات وعروض السعر، مع الحفاظ على متابعة واضحة لكل عميل مهتم.

الدرس 2.1: التخطيط للأنشطة اليومية وتنفيذها

عندما تبدأ يوم العمل وتحتاج إلى ترتيب الاتصالات والاجتماعات والمتابعات، افتح **أنشطتي** لمراجعة الأنشطة المرتبطة بك والعمل المطلوب إنجازه. استخدم **العملاء المهتمين** للانتقال إلى سجل العميل المهتم الذي يتطلب متابعة وربط عملك اليومي بسياق الفرصة. ولإدارة طريقة تنظيم الأنشطة على مستوى المؤسسة، راجع المسؤول أنواع الأنشطة وخطط التنفيذ المتسلسلة في خطط النشاط.

تدريب عملي: راجع **أنشطتي** واختر نشاطاً للتنفيذ، ثم افتح العميل المهتم المرتبط به من **العملاء المهتمين**

الدرس 2.2: إدارة زيارة ميدانية ومتابعة عرض سعر

عندما تتطلب الفرصة مقابلة العميل في موقعه، ابدأ من **زيارات اليوم** لمراجعة الزيارات المخطط لها في يومك. إذا احتجت إلى الاطلاع على زيارات سابقة أو مستقبلية، استخدم **جميع الزيارات**، بينما تُستخدم **خطط الزيارات** لتنظيم الزيارات على شكل خطة. بعد تقدم المناقشة التجارية، راجع **عروض أسعار** لمتابعة عرض سعر مرتبط بعملك.

تدريب عملي: افتح **زيارات اليوم** وحدد زيارة، ثم راجع **عروض أسعار** لمعرفة عروض السعر التي تتابعها

الوحدة 3: إدارة الفرص والنتائج التجارية

الهدف: متابعة تقدم العملاء المهتمين، توثيق أسباب عدم النجاح، واستخدام معلومات المنافسين والعمولات في اتخاذ القرار.

الدرس 3.1: متابعة العميل المهتم عبر مخطط سير العمل

عندما تريد معرفة موضع الفرص في دورة المبيعات وتحديد الفرص التي تحتاج إلى تدخل، استخدم **مخطط سير العمل**. راجع العملاء المهتمين بحسب تقدمهم في المسار، ثم انتقل إلى **العملاء المهتمين** للعمل على سجل محدد. عند عدم اكتمال الفرصة، وثّق النتيجة باستخدام الأسباب التي يضبطها المسؤول في أسباب الضياع، مما يجعل تحليل النتائج لاحقاً أكثر دقة.

تدريب عملي: راجع **مخطط سير العمل** واختر عميلاً مهتماً يحتاج إلى متابعة أو إلى توثيق نتيجة.

الدرس 3.2: الاستعداد للمنافسة ومتابعة العمولات

عندما تواجه منافسة في فرصة بيع، راجع **قاعدة بيانات المنافسين** للتعرف إلى المنافسين المسجلين، ثم استخدم **بطاقات المنافسة** للوصول إلى المعلومات المنظمة التي تساعدك في التحضير للمحادثة التجارية. بعد متابعة مبيعاتك، استخدم **عمولاتي** لمراجعة سجلات عمولاتك. أما المسؤول عن إعداد آلية العمولة فيستخدم **خطط العمولة**.

تدريب عملي: افتح **بطاقات المنافسة** وراجع بطاقة منافسة، ثم تحقق من **عمولاتي**.

الوحدة 4: قياس الأداء وتهيئة عملية قابلة للتكرار

الهدف: استخدام التقارير لتحديد الأولويات، ثم تهيئة عناصر التشغيل التي تجعل متابعة المبيعات متسقة بين الفرق.

الدرس 4.1: تحويل التقارير إلى أولويات مبيعات

عندما تحتاج إلى تقدير ما قد تحققه الفرق من نتائج وتحديد الفرص التي تستحق المتابعة، استخدم **المتوقع** لمراجعة النظرة المستقبلية للمبيعات. ولتحليل توزيع العملاء المهتمين ونتائجهم، استخدم **تقرير العملاء المهتمين**. ثم راجع **الأنشطة** لمعرفة نمط العمل والمتابعة، واربط النتائج بما يظهر في **مخطط سير العمل**.

تدريب عملي: راجع **المتوقع** ثم قارن ما تراه مع تقرير **الأنشطة** لتحديد أولوية متابعة واحدة.

الدرس 4.2: تهيئة متابعة موحدة للفرق

عندما تريد توحيد طريقة متابعة العملاء المهتمين بين أعضاء الفريق، يبدأ المسؤول من **الإعدادات** لمراجعة إعدادات إدارة علاقات العملاء المتاحة. بعد ذلك، ينظم الفرق من فرق المبيعات، ويضبط طريقة العمل المتكرر عبر أنواع **الأنشطة** و**خطط النشاط**. يمكن كذلك استخدام **الخطط المتكررة** لدعم العمل المتكرر، وعلامات التصنيف لتصنيف العملاء المهتمين بطريقة متسقة.

تدريب عملي: افتح **خطط النشاط** وعلامات التصنيف، وحدد كيف يمكن لفريقك استخدامها لتوحيد المتابعة.

الاختبار الختامي

لديك جهة اتصال جديدة لم تصبح عميلاً بعد، وتحتاج إلى متابعتها حتى تتضح فرصتها التجارية. أي شاشة تبدأ منها؟ 1.

- أ. العملاء
 - ب. العملاء المهتمين
 - ج. عمولاتي
2. بدأت يومك وتريد معرفة المكالمات والاجتماعات والمتابعات التي تخمك قبل فتح أي فرصة. أي شاشة تستخدم؟
- أ. أنشطتي
 - ب. المتوقع
 - ج. بطاقات المنافسة
3. تريد الإدارة معرفة كيفية توزيع الفرص عبر مسار المبيعات لتحديد فرص تحتاج إلى تدخل. ما الشاشة الأنسب؟
- أ. مخطط سير العمل
 - ب. جميع الزيارات
 - ج. خطط العمولة
4. لم تنجح فرصة مبيعات، وتريد أن تكون النتيجة مفيدة للتحليل المستقبلي. أين يضبط المسؤول قائمة الأسباب التي تستخدم لتوثيق الضياع؟
- أ. علامات التصنيف
 - ب. أسباب الضياع
 - ج. أنواع الأنشطة
5. يحتاج مندوب مبيعات ميداني إلى مراجعة زيارته المجدولة لليوم قبل التوجه إلى العملاء. أي شاشة يستخدم؟
- أ. زيارات اليوم
 - ب. خطط الزيارات
 - ج. الأنشطة

الإجابات

1. ب. العملاء المهتمين — لأنها مخصصة لمتابعة جهات الاتصال والفرص قبل أن تصبح عملاء قائمين.
2. أ. أنشطتي — لأنها تعرض العمل اليومي والأنشطة المرتبطة بالمستخدم.
3. أ. مخطط سير العمل — لأنه يساعد على مراجعة تقدم الفرص ضمن مسار المبيعات.
4. ب. أسباب الضياع — لأنها المكان المخصص لتهيئة أسباب توثيق عدم نجاح الفرص.
5. أ. زيارات اليوم — لأنها تعرض الزيارات التي يجب متابعتها في اليوم الحالي.