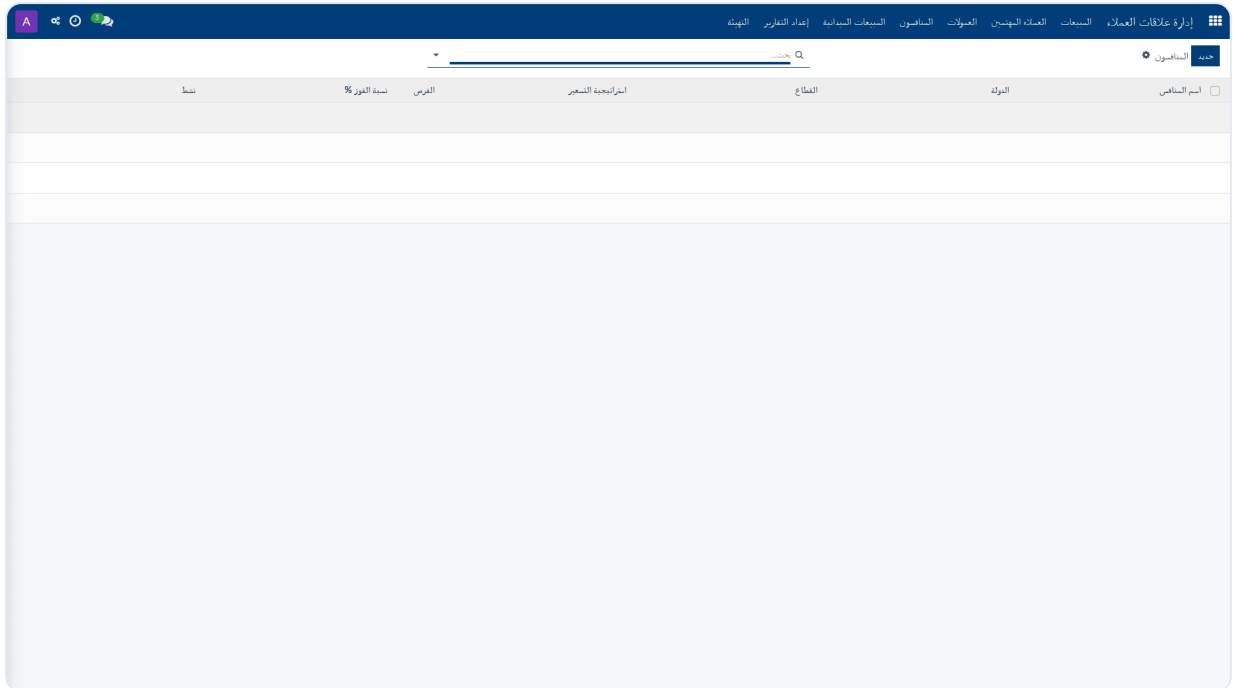


قاعدة بيانات المنافسين

September 10, 2026

قاعدة بيانات المنافسين

الميزات > إدارة علاقات العملاء



قاعدة بيانات المنافسين — إدارة علاقات العملاء > المنافسون > قاعدة بيانات المنافسين

الإعداد والتهيئة: إعداد الدول

نظرة عامة

تساعدك قاعدة بيانات المنافسين على حفظ معلومات المنافسين في مكان واحد، حتى تتمكن من الرجوع إليها بسرعة أثناء العمل مع العملاء أو أثناء إعداد عرض سعر أو مراجعة السوق. يمكنك تسجيل الاسم، الموقع الإلكتروني، الهاتف، البريد الإلكتروني، البلد، المجال، وحجم الشركة، إلى جانب عناصر مهمة مثل استراتيجية التسعير، نقاط القوة، ونقاط الضعف.

تستخدم هذه الصفحة عندما تحتاج إلى فهم موقف المنافسين في السوق قبل التواصل مع العميل أو عند إعداد ردود خصوصاً عندما تتغير الأسعار أو CRM بيع أفضل. كما تفيدك يومياً في تحديث المعرفة التنافسية لفريق المبيعات و تظهر منتجات جديدة لدى المنافس.

قبل أن تبدأ، تأكد من أن لديك اسم المنافس ومعلوماته الأساسية، ثم انتقل إلى إدارة علاقات العملاء < المنافسون > قاعدة بيانات المنافسين.

الخطوات

1. افتح قاعدة بيانات المنافسين.

ستظهر لك قائمة السجلات الموجودة، ويمكنك مراجعتها أو إضافة سجل جديد منها مباشرة.

2. انقر على جديد.

يُنشئ ذلك سجل منافس جديداً لتبدأ إدخال بياناته.

3. (Competitor Name) أدخل اسم المنافس في حقل اسم المنافس.

هذا الحقل مطلوب، وهو الاسم الذي سيظهر في القائمة ويعرّف السجل.

4. حسب حالة المنافس (Active) فَعْل أو عَطْل الحقل نشط.

يساعدك ذلك على التمييز بين المنافسين الذين ما زالوا في السوق ومن لم يعد نشطاً منهم.

5. والبريد الإلكتروني، (Phone) والهاتف، (Website) املأ الحقول التعريفية الأساسية مثل الموقع الإلكتروني (Email)، (Industry) والمجال، (Country) والبلد، (Email).

تمنحك هذه البيانات مرجعاً سريعاً عند متابعة السوق أو مشاركة المعلومة مع الفريق.

6. ثم حدّد استراتيجية التسعير من حقل، (Company Size) اختر حجم الشركة من حقل حجم الشركة. (Pricing Strategy) استراتيجية التسعير.

تظهر لك الخيارات الجاهزة لتوصيف المنافس بشكل موحد عبر السجلات.

7. (Target Markets) والأسواق المستهدفة (Weaknesses) ونقاط الضعف (Strengths) دَوِّن نقاط القوة. (Competitor Products) ومنتجات المنافس.

هذه الحقول تساعدك على تلخيص ما يميّز المنافس وما يواجهه من حدود في السوق.

8. عند الحاجة (Internal Notes) والملاحظات الداخلية (Battle Cards) أضف بطاقات المعركة.

استخدمها لتسجيل نقاط الحديث السريعة أو الملاحظات التي يحتاجها فريقك في المتابعة اليومية.

نصائح

نصيحة: ابدأ دائماً باسم المنافس والبيانات الأساسية أولاً، ثم أضف الحقول التحليلية مثل نقاط القوة واستراتيجية التسعير بعد ذلك؛ بهذه الطريقة يبقى السجل قابلاً للاستخدام حتى لو كانت بعض التفاصيل غير متوفرة بعد.

ملاحظة: إذا لم تكن متأكداً من حجم الشركة أو استراتيجية التسعير، اترك السجل بسيطاً في البداية وعد إليه لاحقاً، لأن هذه الحقول مفيدة أكثر عندما تكون معتمدة على معلومة واضحة.

الخطوات التالية والأسئلة الشائعة

بعد حفظ المنافس، يمكنك الرجوع إلى القائمة نفسها لتحديث البيانات كلما ظهرت لديك معلومات جديدة. وإذا كنت تتابع العملاء أو الفرص، فربط ملاحظات المنافس بالعمل اليومي يساعدك على تقديم ردود أدق وأكثر اتساقاً.

س: هل يمكنني استخدام هذه الصفحة لتتبع أكثر من منافس؟

نعم، هذه الصفحة مخصصة لقائمة السجلات، لذا يمكنك إنشاء سجل مستقل لكل منافس.

س: ما أهم حقل يجب ألا أتركه فارغاً؟

هو الحقل المطلوب، وهو أساس تعريف السجل (**Competitor Name**) حقل اسم المنافس.

س: متى أستخدم الملاحظات الداخلية (**Internal Notes**)؟

استخدمها عندما تريد تسجيل معلومات لا تحتاج إلى مشاركتها خارج فريقك، مثل ملاحظات المتابعة أو مراجع سريعة للمقارنة.

روابط ذات صلة

- [عمولاتي](#)
- [بطاقات المنافسة](#)
- [إدارة علاقات العملاء — مسار التعلم](#)
- [إعداد الدول](#)
- [ابدأ مع إدارة علاقات العملاء](#)
- [إدارة علاقات العملاء](#)
- [أنشطتي](#)
- [الفرق](#)
- [عروض أسعارى](#)
- [العملاء المهتمين](#)
- [زيارات اليوم](#)
- [خطط الزيارات](#)