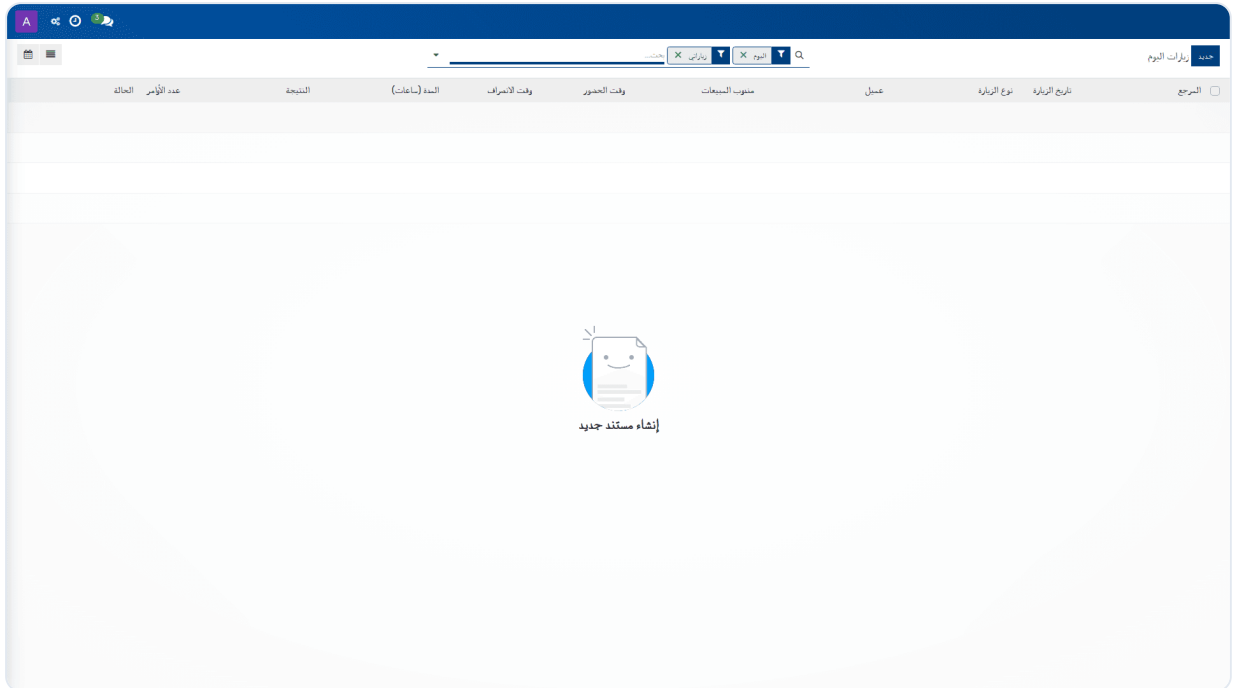


زيارات اليوم

September 10, 2026

زيارات اليوم

التطبيقات > إدارة علاقات العملاء > المبيعات الميدانية



زيارات اليوم — إدارة علاقات العملاء > المبيعات الميدانية > زيارات اليوم

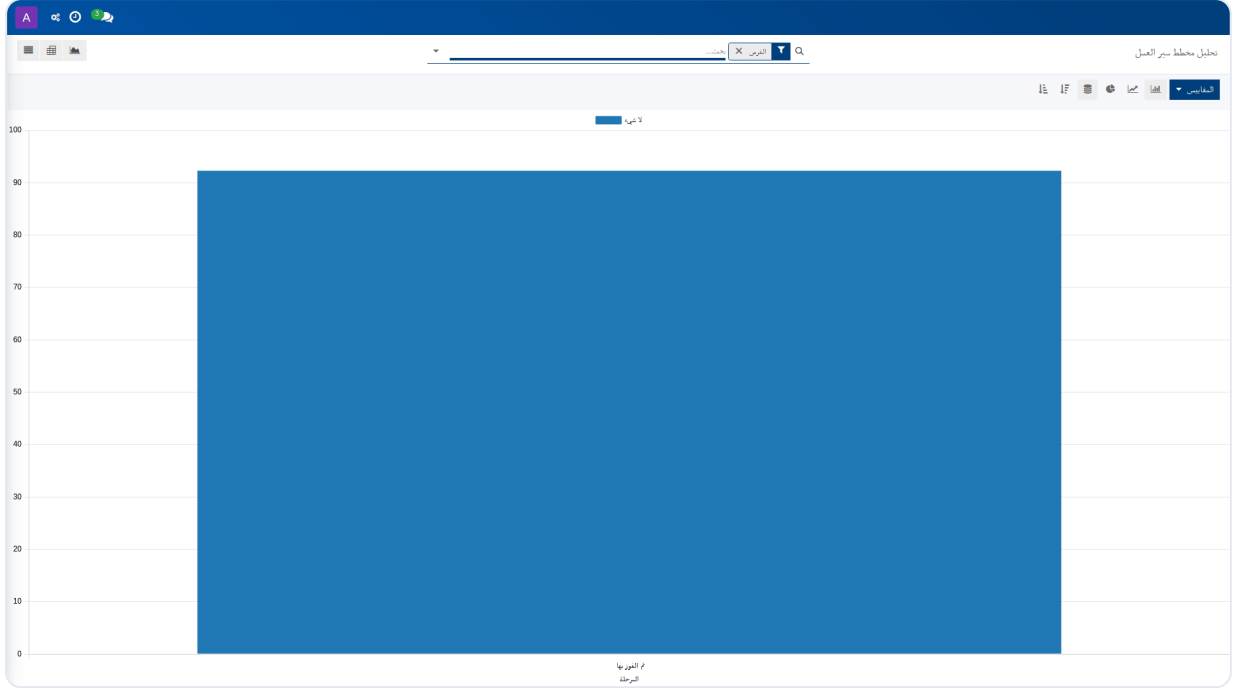
دورة الحالة: مخططة ← قيد التنفيذ ← تم ← ملغى

نظرة عامة

تُستخدم شاشة **زيارات اليوم** لعرض الزيارات الميدانية التي تهتمك في العمل اليومي، مع إتاحة متابعة حضورك وانصرافك، وتسجيل نتيجة الزيارة، وإنشاء طلب عند الحاجة. يعتمد عليها مندوب المبيعات في إنهاء الزيارة ميدانياً، كما يستفيد منها **مسؤول حسابات العملاء والموردين والمحاسب والمدير المالي** عند ربط الزيارة بنتيجة تشغيلية واضحة تُظهر القائمة بيانات الزيارة الأساسية مثل تاريخ الزيارة، ونوع الزيارة، والعميل، ومندوب المبيعات، والحالة، والفرصة، إضافةً إلى أوقات الحضور والانصراف وإحداثيات الموقع والنتيجة وتاريخ الزيارة التالية وتقييم الرف.

الإعدادات

ملاحظة: الإعدادات التالية لا تُنشئ الزيارات نفسها، ولكنها توضح مصدر بعض البيانات التي قد تظهر في شاشة زيارات اليوم عند العمل اليومي.



مخطط سير العمل — إدارة علاقات العملاء > إعداد التقارير > مخطط سير العمل

مخطط سير العمل

تُستخدم شاشة **مخطط سير العمل** عند متابعة العلاقة بين **الفرصة** و**العميل المهتم** ضمن إعداد التقارير. وهي تعرض الحقول المرتبطة بالفرصة، مثل **المرحلة**، و**الإيرادات المتوقعة**، و**الإيرادات المتكررة**، و**خطة متكررة**، و**الاحتمالية**. كما تتيح ربط الزيارة بسياق العميل أو الشركة عند الحاجة.

ما الذي يتحكم فيه كل حقل

- **الفرصة:** السجل المحوري الذي تُبنى عليه متابعة العمل.
- **النوع:** يحدد ما إذا كان السجل **عميل مهتم** أو **فرصة**.
- **المرحلة:** مرحلة المرور في سير العمل.
- **الإيرادات المتوقعة:** قيمة الإيراد المحتملة.
- **الإيرادات المتكررة:** الإيرادات المتكررة المرتبطة بالسجل.
- **خطة متكررة:** الخطة المعتمدة للإيراد المتكرر.
- **الاحتمالية:** تقدير احتمال النجاح.
- **العميل — الشريك المرتبط:** الشريك المرتبط بالسجل، ويُنشأ عادةً عند تحويل العميل المهتم.
- **اسم الشركة:** اسم شركة الشريك المستقبلي الذي سيُنشأ عند التحويل.
- **الشارع، الشارع 2، المدينة، الولاية، الرمز البريدي، الدولة:** بيانات العنوان.

- **الموقع الإلكتروني:** موقع جهة الاتصال.

نصيحة: إذا كانت الزيارة مرتبطة بفرصة تجارية، فحافظ على اكتمال بيانات الشريك والفرصة في هذه الشاشة حتى يسهل الرجوع إليها من شاشة الزيارات لاحقاً.

سير العمل

افتح قائمة الزيارات المناسبة لعملك (1)

من إدارة علاقات العملاء < المبيعات الميدانية > زيارات اليوم، راجع الزيارات المخصصة لليوم الحالي أو للمعالجة السريعة.

إذا أردت الاطلاع على جميع الزيارات بدل زيارات اليوم فقط، انتقل إلى إدارة علاقات العملاء < المبيعات الميدانية > جميع الزيارات.

حدّد حالة الزيارة: مخططة أم قيد التنفيذ أم تم أم ملغى (2)

في القائمة، راقب عمود الحالة لتعرف أين وصلت الزيارة:

- **مخططة:** الزيارة مسجلة ومجدولة، ولم تبدأ بعد.
- **قيد التنفيذ:** بدأت الزيارة ميدانياً.
- **تم:** اكتملت الزيارة وأُقيمت عملياً.
- **ملغى:** لم تعد الزيارة صالحة للتنفيذ.

ملاحظة: اعمل على الزيارة من الحالة المناسبة لها؛ فالأزرار المرتبطة بالحضور والانصراف وإنشاء الطلب تكون ذات معنى أكبر عندما تكون الزيارة قيد التنفيذ.

إذا كانت الزيارة تبدأ الآن، سجّل الحضور (3)

عندما تصل إلى العميل وتبدأ الزيارة، اضغط **حضور**.

ينقل هذا الإجراء الزيارة إلى حالة التنفيذ عملياً، ويملأ نقطة البداية الزمنية والمكانية من حيث التتبع الميداني إذا كانت متاحة على السجل.

أثناء الزيارة، قرر هل ستنشئ طلباً أم تكتفي بالتسجيل (4)

إذا أسفرت الزيارة عن فرصة بيع أو حاجة تشغيلية تتطلب متابعة، اضغط **إنشاء طلب**.

أما إذا كانت الزيارة للتواصل أو المتابعة أو التحصيل أو حل شكوى دون حاجة لإنشاء طلب جديد، فانتقل إلى تسجيل النتيجة مباشرة.

نصيحة: استخدم **إنشاء طلب** فقط عندما تكون الزيارة قد نتج عنها طلب واضح يستحق المتابعة، حتى تبقى

5) عند انتهاء الزيارة، سجّل الانصراف

بعد إتمام الزيارة، اضغط انصراف

يسجّل هذا الإجراء وقت الخروج، ويُكمل دورة الحضور والانصراف الخاصة بالزيارة

6) قيّم مخرجات الزيارة واختَر النتيجة المناسبة

راجع عمود النتيجة واختَر ما يعبر عن ما حدث في الزيارة

- تم تسجيل الأمر: تم إثبات طلب أو أمر بيع
- متابعة مطلوبة: تحتاج الزيارة إلى متابعة لاحقة
- لا يوجد طلب: لم ينتج عن الزيارة أي طلب
- وجود منافس: وُجد منافس أثناء الزيارة
- المحل مغلق: لم يكن العميل متاحاً
- أخرى: أي نتيجة لا تنطبق عليها الخيارات السابقة

هذه النتيجة تساعدك على تصنيف الزيارة عملياً، وتحديد إن كانت تستدعي تكرار المتابعة أم لا

7) إذا احتجت إلى موعد لاحق، استخدم تاريخ الزيارة التالية

عندما تتطلب الزيارة متابعة جديدة، حدّد تاريخ الزيارة التالية

يفيد ذلك من يعمل على جدولة المهام، خصوصاً مندوب المبيعات ومسؤول المبيعات، لأنه يوضح متى ينبغي العودة إلى العميل.

8) إذا انتهت الزيارة نهائياً، أكملها أو ألغها أو أعدّها إلى المخطط

عند اكتمال العمل لديك ثلاث قرارات واضحة:

- اضغط تم عندما تكون الزيارة منجزة ولا تحتاج إلى إجراء إضافي
- اضغط إلغاء إذا لم تعد الزيارة صالحة للتنفيذ
- اضغط إعادة إلى مخطط إذا أردت إرجاعها إلى الحالة المخططة لتُعالج لاحقاً من جديد

تحذير: لا تستخدم إلغاء إلا عندما تكون الزيارة غير صالحة فعلاً، لأن ذلك ينهي دورة المتابعة على السجل

9) استخدم جديد لإنشاء زيارة جديدة، وإزالة عند الحاجة إلى حذف سجل غير لازم

اضغط جديد لفتح سجل زيارة جديد من نفس القائمة

واستخدم إزالة فقط عندما يكون حذف السجل مناسباً لسياسة العمل الداخلية، ولديك صلاحية ذلك

أمثلة

مثال عملي: زيارة ميدانية أدت إلى طلب ومتابعة لاحقة

لنفترض أن مندوب المبيعات زار عميلًا اسمه شركة الشرق للتجارة بتاريخ 15/07/2026، وكانت نوع الزيارة ترويج بضاعة، والحالة مخططة قبل الوصول

1. يفتح المندوب شاشة زيارات اليوم من إدارة علاقات العملاء < المبيعات الميدانية > زيارات اليوم.
2. عند الوصول إلى العميل، يضغط حضور فتبدأ الزيارة فعلياً.
3. خلال الزيارة، يتضح أن العميل يرغب في أمر شراء جديد، فيضغط إنشاء طلب.
4. بعد إنهاء النقاش، يضغط انصراف لتسجيل الخروج.
5. يضبط النتيجة على تم تسجيل الأمر.
6. إذا احتاج إلى مراجعة لاحقة بعد تسليم العرض أو الطلب، يحدد تاريخ الزيارة التالية ليظهر موعد المتابعة.
7. أخيراً، عندما تكتمل المتابعة أو لا تبقى خطوة إضافية، يضغط تم لتصبح الزيارة منجزة.

بهذا التسلسل، تتحول الزيارة من متابعة ميدانية إلى سجل مكتمل يمكن الرجوع إليه لاحقاً في إدارة المبيعات والعلاقة مع العميل.

نصائح

نصيحة: راجع الحالة قبل اتخاذ أي إجراء؛ فاختيار حضور أو انصراف على زيارة لا تزال غير جاهزة قد يربك التسلسل التشغيلي.

ملاحظة: إذا كانت الزيارة مرتبطة بفرصة، فتابعها أيضاً من شاشة الفرص حتى تبقى الصورة التجارية والميدانية متسقة.

تحذير: لا تخلط بين تم وإلغاء؛ فالأولى تعني اكتمال الزيارة، بينما الثانية تعني إيقافها.

نصيحة: استخدم تاريخ الزيارة التالية كلما كانت هناك متابعة متوقعة، لأنه يساعد فريق المبيعات على الحفاظ على انتظام الزيارات.

ملاحظة: شاشة جميع الزيارات مفيدة للمراجعة الشاملة، بينما شاشة زيارات اليوم أنسب للعمل اليومي السريع.

استكشاف الأخطاء وإصلاحها

لم أجد الزيارة في قائمة اليوم

السبب المرجح: الزيارة قد تكون مسجلة في جميع الزيارات وليست ضمن زيارات اليوم.

الحل: انتقل إلى إدارة علاقات العملاء < المبيعات الميدانية > جميع الزيارات وابحث عن السجل هناك.

لا أستطيع التمييز بين الزيارة المنفذة والملغاة

السبب المرجح: الاعتماد على أوقات الحضور والانصراف وحدها دون مراجعة الحالة.

الحل: استخدم عمود الحالة بوصفه المرجع الأساسي، ثم راجع وقت الحضور ووقت الانصراف للتفاصيل.

أحتاج إلى متابعة لاحقة لكن لا أعرف ماذا أختار

السبب المرجح: لم يُحدّد بعد ما إذا كانت الزيارة قد انتهت بنتيجة نهائية أم لا.

الحل: إذا كانت هناك متابعة مطلوبة، استخدم متابعة مطلوبة في النتيجة وحدد تاريخ الزيارة التالية؛ أما إذا انتهت الزيارة دون حاجة لإجراء إضافي، فاختر تم.

سجلت الانصراف قبل الحضور

السبب المرجح: تم الضغط على انصراف قبل بدء الزيارة.

الحل: عد إلى السجل، وسجل حضور أولاً ثم انصراف بعد الانتهاء، بحيث يعكس التسلسل الواقعي للزيارة.

روابط ذات صلة

- زيارات اليوم — مرجع الحقول
- خطط الزيارات
- إدارة علاقات العملاء — نظرة عامة
- إدارة علاقات العملاء — مسار التعلم
- العملاء
- أنشطتي
- المستخدمون
- الشركات
- جهات الاتصال
- الفرق — مرجع الحقول
- عمولاتي
- إدارة علاقات العملاء
- الفرق
- العملاء المهتمين
- المتوقع