

أنشطتي

August 25, 2026

أنشطتي

التطبيقات > إدارة علاقات العملاء > المبيعات

يبدو أنه ليس لديك أي خطط.

قم بحملة الحملات حتى تتمكن من متابعة كل ما عليك فعله.

أنشطتي — إدارة علاقات العملاء > المبيعات > أنشطتي

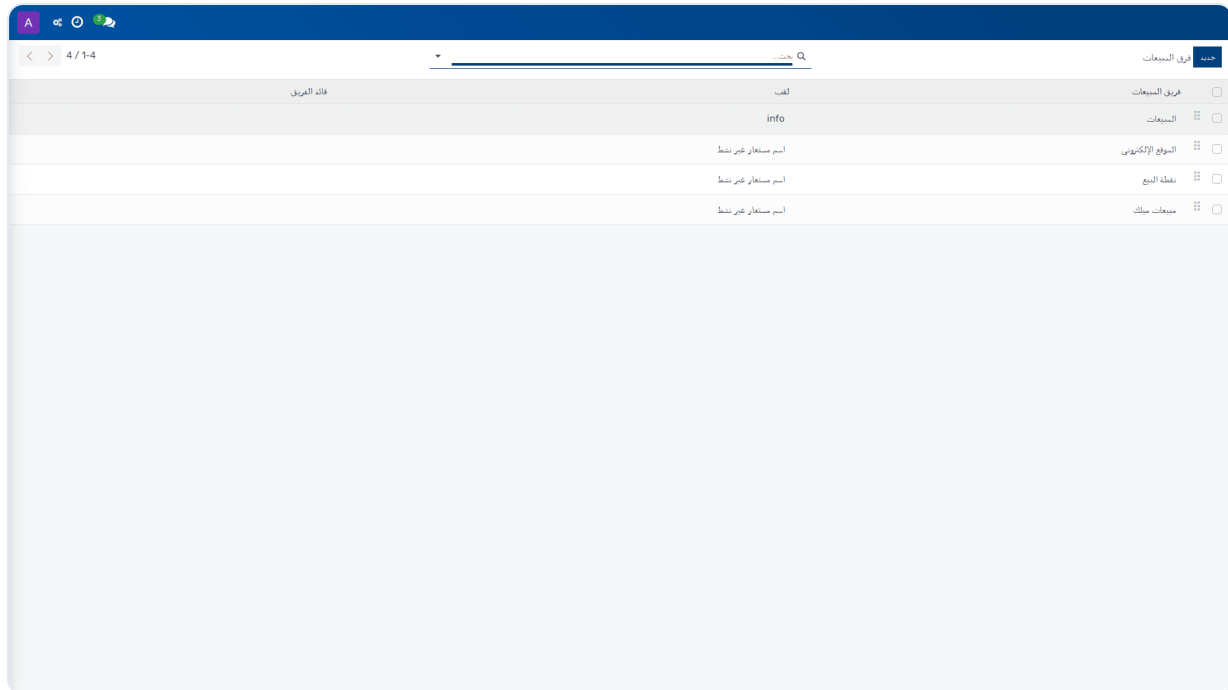
نظرة عامة

تعرض صفحة **أنشطتي** قائمة السجلات التي تعمل عليها ضمن المبيعات في إدارة علاقات العملاء، وتجمع أيا من فرص البيع مع أهم حقولها المحاسبية والتجارية والتشغيلية. يستخدمها مندوبو المبيعات ومسؤولو الحسابات ومن يراجع دورة الفرصة لمتابعة تقدمها، وتقييم الإيرادات المتوقعة، ومراجعة العميل المرتبط، والانتقال بالفرصة إلى المرحلة التالية المناسبة.

من هذه القائمة يمكنك إنشاء عرض سعر جديد، أو تعليم الفرصة على أنها تم الفوز بها، أو ضائع، أو التحويل إلى فرصة. بحسب وضع السجل، مع تنفيذ إجراءات الاعتماد أو العملات عند الحاجة.

الإعدادات

قبل العمل من صفحة **أنشطتي**، راجع إعدادات فريق المبيعات لأن بعض الإجراءات والحقول في القائمة تعتمد على تهيئة الفريق وطريقة إدارة سير عمل المبيعات.



فريق المبيعات — إدارة علاقات العملاء > التهيئة > فرق المبيعات

فريق المبيعات

تحدد هذه الشاشة الفريق الذي سُسند إليه السجلات، وقناة البريد المرتبطة به، ومن يملك صلاحية معالجة العملاء المهتمين الواردين. وهي مهمة إذا كانت فرصك تُنشأ من الرسائل الواردة أو إذا أردت توزيع العمل بين مندوبي المبيعات.

- **فريق المبيعات:** اسم الفريق الذي تُنسب إليه فرصك والعملاء المهتمون.
- **لقب:** يربط قناة البريد الإلكتروني التي تنشئ عملاء مهتمين جدد تلقائياً من الرسائل الواردة.
- **أمان ألقاب جهات الاتصال:** يحدد من يُسمح له بالنشر عبر بوابة البريد الإلكتروني؛ الخيارات المتاحة هي **الجميع**، **والشركاء المعتمدون**، **والمتابعين فقط**، **والموظفين المعتمدين**.
- **النموذج الملقب:** يحدد الكائن الذي ينطبق عليه هذا اللقب.
- **مخطط سير العمل:** يفعّل إدارة عملية ما قبل المبيعات باستخدام فرص.
- **العملاء المهتمين:** يفعّل تصفية وتأهيل الطلبات الواردة كعملاء مهتمين قبل تحويلها إلى فرص وإسنادها إلى أحد مندوبي المبيعات.
- **قائد الفريق، مندوبي المبيعات، وأعضاء فريق المبيعات:** يحددان من يتابع هذه السجلات ومن تُسند إليه تلقائياً.
- **القيمة المستهدف فوترتها:** تضبط الإيرادات التي يراد تحقيقها للشهر الحالي.
- **نطاق التعيين وتخطي التعيين التلقائي:** يتحكمان في كيفية إسناد العملاء المهتمين غير المعيّنين.
- **نشط:** يتيح إخفاء الفريق دون حذفه.

ملاحظة: إذا كانت فرصك تأتي من البريد الإلكتروني، فتأكد من صحة لقب الفريق وأمان ألقاب جهات الاتصال حتى تصل السجلات إلى الفريق المناسب.

الخطط المتكررة

عدد الشهور	اسم الخطة
1	شهرياً
12	سنوياً
36	خالد 3 سنوات
60	خالد 5 سنوات

الخطط المتكررة — إدارة علاقات العملاء > التهيئة > الخطط المتكررة

استخدم هذه الشاشة عندما تتعامل مع الإيرادات المتكررة الظاهرة في قائمة أنشطتي. فهي تعرّف الخطة المتكررة التي قد تظهر على السجل.

- اسم الخطة: اسم الخطة المتكررة.
- عدد الشهور: مدة الخطة بالأشهر.
- نشط: يحدد ما إذا كانت الخطة متاحة للاستخدام.

نصيحة: إذا لاحظت ظهور خطة متكررة في السجل، فراجع الخطة المرتبطة بها أولاً قبل تحليل الإيرادات المتكررة.

علامات التصنيف

اللون	اسم علامة التصنيف
☐	REF0001
☒	REF0002
☒	REF0003
☒	REF0004
☒	REF0005
☒	REF0006
☒	REF0007
☒	REF0008
☒	REF0009
☒	REF0010



إنشاء علامات تصنيف إدارة علاقات العملاء

استخدم علامات التصنيف لإدارة وتنظيم فرصك (مبكر المنتج، نوع المبيعات وما إلى ذلك)

علامات التصنيف — إدارة علاقات العملاء > التهيئة > مخطط سير العمل > علامات التصنيف

تُستخدم علامات التصنيف لتنظيم الفرص في القائمة وتسهيل فرزها أو تتبعها.

- اسم علامة التصنيف: الاسم المعروض للعلامة.

أسباب الضياع

أسباب المبيع
☐ الوصف
☐ غالي للغاية
☐ لا يملك الأنحاس/الشهوات
☐ لا توجد يداعة كافية في المخزون

أسباب الضياع — إدارة علاقات العملاء > التهيئة > مخطط سير العمل > أسباب الضياع

تُستخدم أسباب الضياع عندما تنتقل الفرصة إلى حالة الخسارة.

- الوصف: يعرف السبب الذي ستسجله عند اعتبار الفرصة ضائع.

تحذير: لا تعتمد على إغلاق الفرصة باعتبارها ضائع قبل اختيار سبب واضح؛ فذلك يضعف تحليلك لاحقاً.

سير العمل

1. افتح المبيعات < أنشطتي لمراجعة الفرص التي تعمل عليها حالياً.
2. حدّد ما إذا كانت السجلات المعروضة تحتاج إلى:
 - متابعة كفرص قائمة،
 - تحويلها إلى فرص،
 - تعليمها كفرص ناجحة،
 - أو تسجيلها كفرص ضائعة.
3. إذا كانت السجلات المعروضة ما زالت عميل مهتم وتحتاج إلى تحويلها إلى فرصة، استخدم التحويل إلى فرصة. هذا الإجراء ينقل السجل إلى حالة فرصة عملية ويظهر الحقول المرتبطة بكيان الفرصة، مثل العميل واسم الشركة والشارع والمدينة والولاية والرمز البريدي والدولة والموقع الإلكتروني حسب الحاجة.
4. زاحج بيانات الفرصة قبل المتابعة.
 - الفرصة: اسم السجل المطلوب متابعته.
 - النوع: يحدّد ما إذا كان السجل عميل مهتم أو الفرصة.
 - المرحلة: موضع السجل ضمن تقدم المبيعات.
 - الإيرادات المتوقعة: المبلغ المتوقع تحقيقه من الفرصة.
 - الإيرادات المتكررة وخطة متكررة: تُستخدمان عندما تمثل الفرصة دخلاً متكرراً.
 - الاحتمالية: تقدير فرص إتمام البيع.
 - العميل: الشريك المرتبط بالسجل؛ يُنشأ عادةً عند تحويل العميل المهتم، ويمكن العثور عليه بالاسم أو الرقم التعريفي لدافع الضرائب أو البريد الإلكتروني أو غير ذلك من بيانات الشريك المتاحة.
5. عند قرار المتابعة، اختر الإجراء المناسب لحالة السجل:
 - عرض سعر جديد: إذا كانت الفرصة جاهزة لبدء عرض تجاري مرتبط بالمبيعات.
 - تم الفوز بها: إذا اكتمل البيع وأصبحت الفرصة ناجحة.
 - ضائع: إذا لم يعد من الممكن متابعة الفرصة.
 - استعادة: إذا كانت الفرصة ضائع وتريد إرجاعها إلى مسار المتابعة.
 - تنزيل جديد: إذا أردت إنشاء سجل جديد من دون ربطه بسياق المتابعة الحالي.
 - إزالة: إذا أردت حذف السجل من القائمة.
 - طلب الموافقة: إذا كانت الفرصة تتطلب موافقة قبل تقديمها.

- **الموافقة على العمولة:** إذا كانت المعالجة تتطلب اعتماد العمولة المرتبطة.
 - **رفض العمولة:** إذا كانت العمولة غير مقبولة ويجب رفضها.
6. إذا كنت قد أنهيت الفرصة بنجاح، اختر **تم الفوز بها** لتعليمها كفرصة رابحة. هذا يثبت أن الصفقة أُغلقت إيجابياً ويُخرجها من دورة المتابعة اليومية.
 7. إذا لم تكتمل الصفقة، اختر **ضائع** ثم سجّل السبب المناسب من **أسباب الضياع** عند توفره. بعد ذلك يمكنك استخدام **استعادة فقط** إذا تغيرت الظروف وأردت إعادة فتح المتابعة.
 8. استخدم **طلب الموافقة** عندما تتطلب الفرصة مراجعة قبل اعتمادها النهائي، ثم تابع حالتها بحسب نتيجة الموافقة. إذا كانت العمولات جزءاً من العملية، فاختر **الموافقة على العمولة** أو **رفض العمولة** وفق القرار المطلوب.

ملاحظة: تبقى الحقول مثل **الإيرادات المتوقعة** و**الاحتمالية** مؤشرات متابعة، وليست بديلاً عن القرار التجاري الفعلي بشأن الفوز أو الخسارة.

أمثلة

لنفترض أن لديك فرصة باسم **توريد أجهزة مكتبية لشركة الأفق**. في قائمة أنشطتي ترى أن النوع هو **عميل مهتم** وأن %60 المرحلة ما زالت في بداية المتابعة، مع **الإيرادات المتوقعة بقيمة 45,000** و**الاحتمالية 60**.

1. تفتح السجل من **أنشطتي**.
2. إذا كان العميل المهتم قد حُدِدت بياناته، تستخدم **التحويل إلى فرصة** لتهيئته كفرصة قابلة للمتابعة.
3. تراجع **العميل** واسم الشركة والموقع الإلكتروني للتأكد من صحة بيانات الجهة.
4. عندما يصبح العرض جاهزاً، تختار **عرض سعر جديد** لبدء عرض السعر المرتبط بالفرصة.
5. إذا وافق العميل وأُغلقت الصفقة بنجاح، تختار **تم الفوز بها** لتسجيل النتيجة النهائية.
6. إذا توقفت الصفقة بسبب تأجيل الشراء، تختار **ضائع** ثم تحدد السبب المناسب من **أسباب الضياع**.
7. وإذا عاد العميل لاحقاً وطلب إعادة المتابعة، تستخدم **استعادة** لإرجاع السجل إلى دورة العمل.

نصائح

نصيحة: راقب المرحلة والاحتمالية معاً؛ فالقيمة المتوقعة وحدها لا تكفي لتقدير قرب الإغلاق.

ملاحظة: إذا كانت الفرصة متكررة الدخل، فتأكد من مطابقة خطة متكررة مع **الإيرادات المتكررة** قبل اتخاذ قرار الفوترة أو المتابعة.

تحذير: لا تستخدم **إزالة** إلا إذا كنت متأكداً من أنك لا تحتاج السجل؛ فذلك يختلف عن تعليم الفرصة **ضائع**.

نصيحة: استخدم طلب الموافقة قبل قرارات الاعتماد الحساسة حتى تبقى دورة المراجعة واضحة للمحاسب والمدير المالي.

استكشاف الأخطاء وإصلاحها

الحل	السبب المحتمل	العرض
راجع فرق المبيعات وتحقق من مندوبي المبيعات وأعضاء فريق المبيعات ومخطط سير العمل	السجل ليس مسنداً إلى فريقك أو ليس ضمن نطاق المتابعة الحالي	لا يظهر سجل في قائمة أنشطتي
استخدم البحث بالاسم أو الرقم التعريفي لدافع الضرائب أو البريد الإلكتروني، ثم أكمل التحويل إلى فرصة	لم يُنشأ الشريك بعد أو لم تُطابق بياناته	لا يمكنك العثور على العميل المرتبط في حقل العميل
افتح شاشة أسباب الضياع وأنشئ وصفاً مناسباً	لم تُنشأ أسباب ضياع أو لم تُفعّل القيم المرتبطة بها	لا تظهر أسباب الضياع عند تعليم السجل ضائع
راجع شاشة الخطط المتكررة وتأكد من اسم الخطة وعدد الشهور ونشط	لم تُهَيَأ الخطة المتكررة المناسبة	لا يظهر خطة متكررة أو لا تبدو صحيحة

روابط ذات صلة

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