

دورة توليد العملاء المحتملين وإدارة مسار المبيعا

31 مايو – 4 يونيو 2027

فيينا

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة توليد العملاء المحتملين وإدارة مسار المبيعات

المرجع: 247510_2000 **التاريخ:** 31 مايو – 4 يونيو 2027 **المكان:** فيينا **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

دورة توليد العملاء المحتملين وإدارة مسار المبيعات هي دورة متوسطة لمدة أسبوع لفرق المبيعات والتسويق وتطوير الأعمال وعمليات الإيرادات، ويعود المشاركون منها بدليل تشغيل توليد العملاء ومسار المبيعات. تربط الدورة تصميم ملف العميل المثالي والاستقطاب المهني القائم على الإذن وتأهيل العملاء وتسجيلهم وحوكمة مراحل مسار المبيعات والتنبؤ بالمبيعات بقرارات الإيرادات. وتستبدل التسليمات المتقطعة والسجلات غير المتسقة بإيقاع عمل مشترك. تقدم أجايل للتدريب ممارسة إدارة دورة حياة العميل المحتمل.

الفئة المستهدفة

- الوظائف المسؤولة عن تحديد الحسابات المستهدفة والبحث في الجهات المشترية
- الفرق المسؤولة عن استقطاب العملاء الوارد والصادر وإثراء السجلات ورعايتها
- الوظائف المسؤولة عن التأهيل والتسجيل والتوجيه وقبول المبيعات
- الفرق المسؤولة عن مراحل الفرص ونظافة البيانات ومراجعة المسار والتنبؤ
- الوظائف المسؤولة عن مواءمة المبيعات والتسويق وتحليل التحويل وعمليات الإيرادات

تفترض الدورة إدارة المشاركين للعملاء المحتملين أو الحملات أو الفرص أو سجلات علاقات العملاء في العمل، وتستبعد مهارات البيع الأساسية وتنفيذ الإعلانات المدفوعة وإدارة البرمجيات.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تخدم الدورة الإدارات والقطاعات التي تولد الطلب التجاري وتؤهله وتحوله وتتنبأ به.

- مؤسسات مبيعات التقنية والخدمات المهنية والصناعة والطاقة بين الشركات
- إدارات التسويق وتوليد الطلب والنمو وعمليات الحملات
- فرق المبيعات وتطوير الأعمال وتطوير الحسابات والقنوات
- وظائف عمليات الإيرادات وحوكمة بيانات العملاء والتحليلات والتخطيط التجاري
- فرق نجاح العملاء والخدمة التي تحدد فرص التوسع

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- بناء ملفات العملاء المثاليين ومعايير الحسابات المستهدفة
- تطبيق ضوابط الاستقطاب القائم على الإذن واستلام العملاء
- تحليل أدلة الملاءمة والنية والتأهيل والتسجيل
- تصميم قواعد التوجيه والقبول والتسليم بين التسويق والمبيعات
- تقييم جودة المسار وعمر الفرص والتحويل والتغطية
- استخدام أدلة المراحل لبناء توقعات المبيعات

جدول الدورة

اليوم 1: تحديد السوق المستهدف

- لوحة تصميم ملف العميل المثالي
- خريطة لجنة الشراء والتأثير
- مصفوفة اختيار الحسابات المتاحة المستهدفة
- خطة بيانات خصائص الشركة والتقنية ونية الشراء
- قائمة فحص بحث الحسابات وجودة البيانات

اليوم 2: توليد العملاء واستلامهم

- مسار الاستقطاب القائم على الإذن
- خريطة محفظة المصادر الواردة والصادرة
- معيار سجل استلام العميل والموافقة
- إجراء إثراء بيانات الحساب وجهة الاتصال
- تسلسل الاستقطاب وسجل نقاط التواصل

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: التأهيل والتسجيل والتوجيه

- مصفوفة تأهيل الملاءمة والحاجة والصلاحية والتوقيت
- نموذج تسجيل نية الشراء والتفاعل
- معايير العميل المؤهل تسويقيا والمقبول للمبيعات
- قواعد التوجيه حسب المنطقة والسعة وملكية الحساب
- منهج إعادة العميل وعدم تأهيله ومسار التدقيق

اليوم 4: حوكمة مسار المبيعات

- معايير الدخول إلى مراحل الفرصة والخروج منها
- قائمة فحص نظافة بيانات المسار والحقول المطلوبة
- لوحة عمر الفرص وسرعة المسار ومعدلات التحويل
- ورقة حساب التغطية والقيمة المرجحة والتنبؤ
- إيقاع التسليم والمراجعة بين المبيعات والتسويق

اليوم 5: تطبيق قرارات المسار

- تمرين مقترح: ترتيب الحسابات المستهدفة وأدوار الشراء
- تمرين مقترح: تأهيل قائمة مختلطة من العملاء وتسجيلها
- تمرين مقترح: توجيه سجلات العملاء وقبولها وإعادتها
- تمرين مقترح: تشخيص تسرب المسار ومخاطر التنبؤ
- تمرين ختامي: استكمال دليل تشغيل توليد العملاء ومسار المبيعات

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة لتحويل أدلة العملاء والفرص إلى قرارات إيرادات مضبوطة.

- نشاط مقترح: بناء ملف عميل مثالي وترتيب الحسابات وفق معايير الملاءمة والنية.
- نشاط مقترح: تطبيق قواعد التأهيل والتسجيل والتوجيه والإعادة على قائمة عملاء مختلطة.
- نشاط مقترح: تدقيق سجلات الفرص وفق أدلة المراحل والعمر والحقول المطلوبة.
- نشاط مقترح: الدفاع عن توقع للمبيعات باستخدام أدلة التحويل والتغطية والسرعة والصفقات.

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة توليد العملاء المحتملين وإدارة مسار المبيعات، وما متطلباتها؟

تناسب الدورة فرق المبيعات والتسويق وتطوير الأعمال وتطوير الحسابات وعمليات الإيرادات بين الشركات. وتفترض عمل المشاركين مع العملاء أو الحملات أو الفرص أو بيانات علاقات العملاء.

كيف تختلف إدارة مسار المبيعات عن تدريب مهارات البيع العامة؟

تحكم إدارة المسار السجلات والمراحل والتأهيل والتوجيه والتحويل والعمر والتغطية والتنبؤ، بينما يركز تدريب البيع العام على الحوار والاستكشاف وعرض القيمة ومعالجة الاعتراض والتفاوض والإغلاق.

ما الذي يجعل نموذج تأهيل العملاء فعالا؟

يجمع النموذج الفعال بين ملاءمة الحساب والحاجة التجارية وصلاحية المشتري والتوقيت والتفاعل وجودة الأدلة، ويحدد أيضا قواعد القبول وعدم التأهيل والإعادة والملكية والتدقيق.

كيف تحكم مراحل مسار المبيعات؟

تحكم المراحل بمعايير دخول وخروج قابلة للملاحظة وأدلة مطلوبة وملكية وخطوات تالية وحدود عمر ومراجعات دورية. ويجب أن تعكس حركة المرحلة تقدم المشتري لا تفاؤل البائع.

كيف يبنى التنبؤ بمسار المبيعات؟

يجمع التنبؤ أدلة المرحلة وقيمة الصفقة واحتمالها وتوقيتها والتحويل التاريخي والعمر والتغطية والمخاطر والخطوات التالية. وتتحدى الفرق الافتراضات غير المسندة وتحافظ على اتساق فئات التنبؤ.

الخاتمة

يعود المشاركون بدليل تشغيل توليد العملاء ومسار المبيعات الذي يربط الحسابات والاستقطاب والتأهيل والتسجيل والتوجيه والمراحل والمقاييس والتوقعات. يحول الدليل أنشطة العملاء المنفصلة إلى مسار تجاري قابل للتتبع. ويمكن للفرق تحديثه مع تغير الأسواق والقنوات والسعة وأدلة التحويل.