



دورة:
إدارة الحسابات الاستراتيجية

12 - 16 أكتوبر 2026
لندن (المملكة المتحدة)

إدارة الحسابات الاستراتيجية

رمز الدورة: SM12426 تاريخ الإنعقاد: 12 - 16 أكتوبر 2026 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5775

مقدمة البرنامج التدريبي

تعد إدارة الحسابات الاستراتيجية من أهم أدوات نجاح المؤسسات في الحفاظ على العملاء الرئيسيين وتعظيم الربحية والقيمة طويلة الأمد. تركز هذه الدورة على تمكين المشاركين من فهم كيفية إدارة حسابات العملاء الرئيسية بطريقة استراتيجية، باستخدام أدوات تحليلية، نماذج تقييم، وتمارين عملية لتطوير مهارات التعامل مع العملاء الاستراتيجيين، وبناء علاقات شراكة مستدامة معهم.

أهداف الدورة التدريبية

بنهاية البرنامج سيتمكن المشاركون من:

- تحديد مهام حسابات العملاء الرئيسية وأهميتها للمؤسسة.
- ترتيب أولويات الحسابات الرئيسية وفق الربحية والأهمية الاستراتيجية.
- تصنيف مستويات العلاقة مع العملاء لتعزيز طرق التفاعل معهم.
- وضع الخطط والاستراتيجيات اللازمة لتطوير حسابات العملاء الرئيسية.
- بناء كفاءات قوية لإدارة حسابات العملاء الرئيسيين لمواجهة التحديات السوقية المتغيرة.

الفئات المستهدفة

- الموظفون الذين يسعون لفهم الممارسات الحديثة في إدارة العملاء وتطوير مسيرتهم المهنية.
- مدراء المبيعات المشرفون على تطوير العملاء الرئيسيين.
- مدراء حسابات العملاء المسؤولين عن الأداء والعلاقات مع العملاء الاستراتيجيين.

الكفاءات المستهدفة

- تخطيط حسابات العملاء الاستراتيجية.
- مهارات التواصل وبناء العلاقات مع العملاء الرئيسيين.
- إدارة تكلفة خدمة الحسابات وتحليل الربحية.
- استخدام نماذج تصنيف حسابات العملاء للحفاظ على ولائهم.
- إعداد تقارير الأداء وقياس مؤشرات الأداء الرئيسية KPI.
- إدارة الخدمات وتقديم تجربة عملاء متميزة.

محاور البرنامج التدريبي

الوحدة الأولى: أساسيات إدارة الحسابات الاستراتيجية

- تعريف إدارة حسابات العملاء الاستراتيجية.
- الفرق بين إدارة حسابات المبيعات التقليدية والاستراتيجية.
- معايير كفاءة الحسابات الاستراتيجية.
- مراحل إدارة الحسابات: ما قبل العلاقة - العلاقة المبكرة - منتصف العلاقة - الشراكة - التعاون.
- أسباب فشل الشراكات مع العملاء.

الوحدة الثانية: تحليل الحسابات وتحديد الأولويات

- تحليل حساب العملاء: اختيار الحسابات الاستراتيجية.
- نماذج تحليل الحساب: نموذج العامل الواحد، نموذج ملف العملاء.
- أهمية وضع معايير لتحديد ربحية الحسابات وحساب تكلفة الخدمة.
- حجم المبيعات ونقطة التعادل لكل حساب.
- استخدام برنامج SAMS لتحديد الحسابات الاستراتيجية.

الوحدة الثالثة: تطوير العلاقات والشراكات

- تعريف شراكة العمل ومهارات بناء العلاقات الاستراتيجية.
- نموذج تطوير العلاقات مع حسابات العملاء الرئيسية.
- مراقبة أداء الحسابات باستخدام مؤشرات الأداء و**بطاقة الأداء المتوازن**.
- دمج خدمة العملاء ضمن إدارة الحسابات الاستراتيجية SAM.
- خلق قيمة مستدامة لولاء العملاء LTV.

الوحدة الرابعة: التخطيط الاستراتيجي للحسابات

- عملية التخطيط للحسابات الاستراتيجية: تحديد الأولويات وتحليل الأعمال الهامة.
- تحليل العملاء، الأعمال السابقة، المنافسة، وتحديد الفرص.
- استخدام تحليل SWOT وTOWS لوضع استراتيجيات الحسابات.
- وضع خطة حساب استراتيجية متكاملة لتحقيق أهداف الربحية ونمو العلاقة.

الوحدة الخامسة: مراقبة الأداء والتحسين المستمر

- محاذاة خطة الحساب مع مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs.
- استخدام أدوات قياس الأداء لمراقبة الحسابات وتحديد نقاط القوة والضعف.
- صياغة استبيانات لتحديد احتياجات وتوقعات العملاء.
- متابعة ولاء العملاء وقياس القيمة الدائمة للعميل LTV.
- ورش عمل ودراسة حالات لتطبيق كل الأدوات والنماذج على حسابات حقيقية