دورة إدارة تجربة عملاء الشركات لقادة الحسابات: لجان الشراء وتسليم المهام ومؤشرات صحة الحساب والتجديد

21 – 25 يونيو 2027

نيويورك

دورة إدارة تجربة عملاء الشركات لقادة الحسابات: لجان الشراء وتسليم المهام ومؤشرات صحة الحساب والتجديد

المرجع: 38238_816 **التاريخ:** 21 – 25 يونيو 2027 **المكان:** نيويورك **الرسوم:** GBP 7900

ملخص البرنامج

إدارة تجربة عملاء الشركات محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لقادة تجربة العملاء والحسابات الرئيسية ونجاح العملاء، ويخرج منها كل مشارك بحزمة تجربة الحساب لحساب استراتيجي واحد. يشتري عملاء الأعمال عبر لجان ويستخدمون الخدمات عبر جهات اتصال كثيرة ويجددون بحسب أدلة أشهر طويلة، لكن موردين كثيرين يديرونهم كجهة اتصال واحدة بتقييم واحد. وينتقل البرنامج من لجنة الشراء ورحلة الحساب إلى مقاييس صحة الحساب وتسليم المهام وتخطيط التجديد. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في إدارة تجربة عملاء الشركات لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

يفقد موردو الشركات والجهات العامة حسابات بلا إنذار في كثير من الأحيان، لأن جهة الاتصال التي منحت تقييمات جيدة لم تكن صاحبة قرار التجديد. وتمنح إدارة الحساب كله القادة إشارات أبكر وخطة مشتركة واحدة.

- معدل التجديد: يتحسن حين تكتشف المخاطر والوقت ما زال متاحا للتحرك.
- نمو الحساب: يرتفع حين تثبت جودة التسليم بالأدلة قبل عرض أي توسع.
- حجم التصعيد: ينخفض حين تحدد عمليات التسليم بين الفرق ويكون لها مالك.

المبادئ والأساس المعرفي

- المعيار ISO 10004:2018 لمراقبة رضا العملاء وقياسه: يقدم إرشادات للمراقبة والقياس، ويطبق في الجلستين 1 و3 على تصميم الإنصات إلى الحسابات.
- مؤشر صافي نقاط الترويج Net Promoter Score: يقدم مقياسا مشتركا للعلاقة، ويطبق في الجلسة 3 على تصميم استطلاع يشمل عدة جهات اتصال في الحساب الواحد.
- مؤشر جهد العميل Customer Effort Score: يقيس مدى صعوبة المهمة كما شعر بها العميل، ويطبق في الجلسة 3 على لحظات الخدمة مثل التهيئة.
- رسم رحلة العميل Customer Journey Mapping: يعرض التجربة عبر الزمن والفرق، ويطبق في الجلسة 2 على رحلة الحساب.

المشاركون المستهدفون

- قادة تجربة العملاء الذين يوسعون المقاييس المعتادة لعملاء الأفراد لتشمل حسابات الأعمال.
- مديرو الحسابات الرئيسية الذين يملكون العلاقة مع عدد قليل من العملاء الكبار.
- رؤساء نجاح العملاء الذين يوجهون التبني والصحة والتجديد.
- مديرو تسليم الخدمة الذين يسألهم فريق الحساب عن الأداء.

تشمل البيئات المعتادة الاتصالات والتوريد الصناعي والبرمجيات والقطاع المصرفي والخدمات الحكومية.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تقييم من يشتري ومن يستخدم ومن يقرر داخل حساب الأعمال.
2. سيكون المشاركون قادرين على بناء خريطة رحلة الحساب عبر جهات الاتصال والفرق والأشهر.
3. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص الإشارات التي تبين أن الحساب في خطر.
4. سيكون المشاركون قادرين على تصميم معيار لتسليم المهام يحفظ وعدا واحدا بين المبيعات والخدمة ونجاح العملاء.
5. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب أولويات الحسابات والإجراءات بحسب الخطر والإمكانات.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير خطة التجديد والنمو أمام راع تنفيذي.

هيكل البرنامج

اليوم 1: أسس إدارة تجربة عملاء الشركات ولجنة الشراء

من يشتري ومن يستخدم ومن يقرر في حساب الأعمال؟

- خريطة أدوار لجنة الشراء
- شبكة نفوذ أصحاب المصلحة
- ورقة مقارنة رحلة عميل الأعمال برحلة عميل الأفراد
- بيان قيمة العميل
- مراجعة مبادئ المراقبة في ISO 10004:2018

اليوم 2: رسم رحلات الحساب متعددة جهات الاتصال

ماذا يختبر الحساب عبر جهات الاتصال والفرق والأشهر؟

- خريطة رحلة الحساب
- جرد نقاط التماس لكل جهة اتصال
- خطة محطات التهيئة والتبني
- سجل لحظات الحقيقة
- سجل تسليم المهام بين الفرق

اليوم 3: الإنصات إلى الحسابات وتقييم صحتها

أي الإشارات تبين أن الحساب في خطر قبل أن يعلن ذلك؟

- ورقة تصميم مؤشر صافي نقاط الترويج للعلاقة
- دليل قراءة مؤشر جهد العميل
- نموذج مؤشر صحة الحساب
- بروتوكول إغلاق حلقة الملاحظات
- قائمة إشارات الإنذار المبكر

اليوم 4: تصميم التسليم ومراجعات الخدمة وخطط التجديد

كيف تحفظ المبيعات والخدمة ونجاح العملاء وعدا واحدا للحساب؟

- معيار تسليم المهام من المبيعات إلى الخدمة
- قالب خطة الحساب المشتركة
- حزمة اجتماع مراجعة الخدمة
- قائمة فحص جاهزية التجديد
- مرشح فرص التوسع

اليوم 5: حزمة إدارة تجربة عملاء الشركات لحساب استراتيجي واحد

هل تتكامل الأدوات السابقة في حزمة يستطيع الراعي اعتمادها؟

- تطبيق خريطة أدوار لجنة الشراء من الجلسة 1
- اختبار خريطة رحلة الحساب من الجلسة 2
- فحص نموذج مؤشر صحة الحساب من الجلسة 3
- تدريب على قائمة فحص جاهزية التجديد من الجلسة 4
- إنجاز حزمة تجربة الحساب

المنهجية

يقوم البرنامج على تمارين منظمة تستند إلى مواد حالات جاهزة لحسابين، أحدهما مجموعة مستشفيات تشتري خدمات معدات مدارة والآخر مصنع يشتري خدمات لوجستية. يعمل المشاركون في مجموعات ويدافعون عن خطة حسابهم أمام زملاء يؤدون دور الراعي التنفيذي.

- نشاط مقترح: تحديد من قرر فعلا تجديدا سابقا ومقارنته بجهة الاتصال التي قيمت الخدمة.
- نشاط مقترح: إعادة بناء مؤشر الصحة بعد حذف مقياس واحد يجمل الصورة.
- نشاط مقترح: إحاطة الراعي بحساب يحصل على تقييم جيد لكنه يظهر إشارات إنذار.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك حزمة تجربة الحساب لحساب استراتيجي واحد. وتضم خريطة لجنة الشراء وخريطة رحلة الحساب ومؤشر صحة مع إشارات الإنذار ومعيار تسليم المهام وخطة التجديد والنمو بأسماء المسؤولين. وتستخدم في العمل لإحاطة الراعي التنفيذي ولتوحيد عمل فرق الحساب.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب برنامج تدريبي في إدارة تجربة عملاء الشركات القادة الجدد على العمل مع الحسابات؟

نعم، إذ تدرس إدارة تجربة عملاء الشركات عبر حالات جاهزة وقوالب. ويفترض البرنامج مسؤولية عن تجربة العملاء أو الحسابات أو نجاح العملاء، دون عمل سابق على مؤشرات صحة الحساب.

على أي معايير ونماذج تقوم إدارة تجربة عملاء الشركات؟

تقوم إدارة تجربة عملاء الشركات على ISO 10004:2018 لمراقبة رضا العملاء، ومؤشر صافي نقاط الترويج، ومؤشر جهد العميل، ورسم رحلة العميل، وتطبق جميعها على حالات حسابات جاهزة.

كيف تستخدم حزمة تجربة الحساب من إدارة تجربة عملاء الشركات في العمل؟

تستخدم حزمة تجربة الحساب لإحاطة الراعي، ولتوحيد المبيعات والخدمة ونجاح العملاء على خطة واحدة، ولبيان أي الحسابات يتحرك عليها أولا ولماذا.

بماذا تختلف إدارة تجربة عملاء الشركات عن برنامج إدارة الحسابات الرئيسية؟

تركز إدارة تجربة عملاء الشركات على أدلة التجربة والصحة والتجديد في الحساب عبر جهات الاتصال، بينما يركز برنامج إدارة الحسابات الرئيسية على بيع الحساب وتخطيط الإيرادات.