CONCEPT

إدارة نجاح العملاء: مؤشر صحة العميل وتجديد العقود وصافي الاحتفاظ بالإيرادات

22 – 26 أغسطس 2027

الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية



إدارة نجاح العملاء: مؤشر صحة العميل وتجديد العقود وصافي الاحتفاظ بالإيرادات

المرجع: 591_17751 **التاريخ:** 22 – 26 أغسطس 2027 **المكان:** الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية **الرسوم:** SAR 19500

مقدمة:

تحدد إدارة نجاح العملاء ما إذا كانت شركة الاشتراكات أو الخدمات بين الشركات ستحافظ على الإيرادات التي كسبتها وتنميها. وما زالت فرق كثيرة تتعامل مع مرحلة ما بعد البيع بوصفها دعما يستجيب للطلبات فقط: يتعثر إعداد العملاء الجدد، ولا يقاس استخدام المنتج، وتلاحق عقود التجديد في الشهر الأخير، ولا تظهر مخاطر الحساب إلا حين يصل طلب الإلغاء. تمكن كور كونسبت في هذه الدورة الممارسين من تشغيل وظيفة نجاح العملاء بنموذج تشغيلي واضح وقياس للتبني ومؤشرات صحة وخطط نجاح وعمل منظم للتجديد. ويبني المشاركون دليل تشغيل نجاح العملاء مع نموذج مرجح لمؤشر صحة العميل لشركة افتراضية.

أهداف الدورة:

- تحديد نموذج تشغيلي لنجاح العملاء يتضمن مستويات التغطية وحدود الأدوار ونسب الطاقة الاستيعابية لمحفظة اشتراكات أو خدمات بين الشركات
- تخطيط برامج إعداد العملاء الجدد التي تختصر الوقت اللازم لتحقيق القيمة وتثبت أول نتيجة قابلة للقياس لدى العميل
- تحليل بيانات تبني المنتج واستخدامه لتمييز الحسابات المزدهرة والمتعثرة والمعرضة للخطر
- بناء مؤشر مرجح لصحة العميل وربط كل نطاق من نطاقاته بتدخل محدد
- إدارة خطط النجاح ومراجعات الأعمال التنفيذية وتوقعات التجديد وفرص التوسع بالتنسيق مع زملاء المبيعات والدعم
- قياس الاحتفاظ الإجمالي بالإيرادات وصافي الاحتفاظ بالإيرادات ورفع تقارير أداء نجاح العملاء الى القيادة

الفئة المستهدفة:

- المديرون المسؤولون عن محفظة حسابات ما بعد البيع وعن إيرادات التجديد والتوسع
- المديرون الذين يقودون فرق إعداد العملاء والتنفيذ والخدمات المهنية التي تنقل العملاء الى الاستخدام المستقر
- مديرو الدعم ومكاتب الخدمة الذين ترفع فرقهم إشارات مخاطر الحسابات الى فريق نجاح العملاء
- مديرو الحسابات والعلاقات في شركات الاشتراكات والبرمجيات والخدمات المدارة
- مديرو عمليات الإيرادات وتحليلات العملاء المسؤولون عن تقارير الاحتفاظ وبيانات صحة العملاء

محاور الدورة:

اليوم 1: وظيفة نجاح العملاء ورحلة العميل بين الشركات

- نجاح العملاء مقابل خدمة العملاء والدعم: المهام الاستباقية والمهام التفاعلية
- اقتصاديات الإيرادات المتكررة: الحجوزات والتجديد والتوسع وتسرب الإيرادات
- خريطة رحلة العميل بعد البيع: التسليم والإعداد والتبني والتجديد والتأييد
- تصميم مستويات التغطية: الرعاية المكثفة والرعاية الخفيفة والرعاية الرقمية
- بطاقة تقييم نضج نجاح العملاء في الوضع الحالي

اليوم 2: النماذج التشغيلية ومؤشر صحة العميل ومقاييس الاحتفاظ

- لوحة النموذج التشغيلي لنجاح العملاء: الأدوار والميثاق ونسب الطاقة الاستيعابية
- إطار تحديد النتائج: النتائج المنشودة ومعايير النجاح لكل شريحة
- بنية مؤشر صحة العميل: مدخلات الاستخدام والتفاعل والانطباع والجانب التجاري
- معادلات الاحتفاظ الإجمالي بالإيرادات وصافي الاحتفاظ بالإيرادات وتسرب الحسابات
- شجرة مقاييس نجاح العملاء: المؤشرات القيادية والمؤشرات المتأخرة

اليوم 3: إعداد العملاء والتبني وتخطيط النجاح في الممارسة اليومية

- دليل إعداد العملاء الجدد بمراحل الوقت اللازم لتحقيق القيمة ومعايير الإنهاء
- تحليلات تبني المنتج: اتساع استخدام الخصائص وعمقه ونسب المستخدمين النشطين
- نموذج خطة النجاح المشتركة مع أصحاب المصلحة لدى العميل
- هيكل عرض مراجعة الأعمال التنفيذية وملخص القيمة المحققة
- قوائم التحقق لتسليم العميل من المبيعات الى نجاح العملاء ومن نجاح العملاء الى الدعم

اليوم 4: التجديد والتوسع ومخاطر التسرب والتوسع في النطاق

- تقويم توقعات التجديد وخط تجديد مرجح بالمخاطر
- تأهيل إشارات التوسع: زيادة المقاعد وحالات الاستخدام الجديدة ومحفزات الترقية
- دليل إشارات التسرب ومكتبة خطط الاستبقاء للحسابات المعرضة للخطر
- أساسيات عمليات الإيرادات: التعريفات الموحدة وتدفقات البيانات ووتيرة التوقعات
- برامج نجاح العملاء الرقمية: الرحلات المؤتمتة ومجتمع المستخدمين والإرشاد داخل المنتج

اليوم 5: بناء النموذج: دليل تشغيل نجاح العملاء ونموذج مؤشر الصحة

- موجز الحالة: مزود برمجيات بالاشتراك يواجه تزايد تخفيض الباقات
- بناء نموذج مرجح لمؤشر صحة العميل ومعايرته على حالات إلغاء سابقة
- جسر صافي الاحتفاظ بالإيرادات: قاعدة البداية والتوسع والتقلص والتسرب
- صياغة دليل تشغيل نجاح العملاء: الشرائح والخطط والمسؤولون والمحفزات
- عرض دليل التشغيل ومناقشة أوزان المؤشر وخطط الاستبقاء مع الزملاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تصميم النموذج التشغيلي لنجاح العملاء
- تخطيط الوقت اللازم لتحقيق القيمة
- تفسير بيانات الاستخدام
- معايرة مؤشر صحة العميل
- توقع خط التجديد
- تأهيل فرص التوسع
- إعداد تقارير مقاييس الاحتفاظ
- إدارة التسليم بين الفرق

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بدليل تشغيل نجاح العملاء ونموذج مرجح لمؤشر صحة العميل جرى اختبارهما على شركة افتراضية ومناقشتهما مع الزملاء
- رصد تعثر إعداد العملاء وتراجع الاستخدام قبل موعد التجديد بأشهر، حين يكون التدخل ما زال ممكنا
- دخول اجتماعات التجديد ومراجعات الأعمال بأدلة على القيمة التي حصل عليها كل عميل
- مقارنة نماذج التغطية وممارسات الاحتفاظ مع زملاء نجاح العملاء من قطاعات البرمجيات والخدمات والاشتراكات

الخاتمة:

تحمى الإيرادات المتكررة وتنمو بعد توقيع العقد، من خلال قياس التبني ورصد المخاطر مبكرا والعمل المخطط للتجديد. تنتقل الدورة من مهمة نجاح العملاء ورحلة ما بعد البيع، إلى النماذج التشغيلية ومؤشرات الصحة ومعادلات الاحتفاظ، ثم إلى إعداد العملاء وتحليلات التبني وخطط النجاح والتسليم بين الفرق، وصولا إلى التجديد والتوسع وخطط الاستبقاء وعمليات الإيرادات والبرامج الرقمية. ويبني اليوم الأخير دليل تشغيل نجاح العملاء مع نموذج مرجح لمؤشر الصحة وجسر للاحتفاظ بالإيرادات لشركة افتراضية.