CONCEPT

استراتيجية تهيئة العملاء الجدد: زمن تحقيق القيمة والتفعيل والحد من التسرب المبكر

24 – 28 مايو 2027

أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس



استراتيجية تهيئة العملاء الجدد: زمن تحقيق القيمة والتفعيل والحد من التسرب المبكر

المرجع: 845_20544 **التاريخ:** 24 – 28 مايو 2027 **المكان:** أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس **الرسوم:** SAR 23500

مقدمة:

تهيئة العملاء الجدد هي المرحلة التي يصل فيها المشتري الجديد إلى أول قيمة ملموسة أو يبتعد بهدوء، ومع ذلك تتركها مؤسسات كثيرة لمن أغلق الصفقة. تبقى رسائل الترحيب دون قراءة، وتعقد اجتماعات الانطلاق بلا خطة، ولا يعرف حدث التفعيل بوضوح، ولا يكتشف الإلغاء المبكر إلا في تقرير التسرب الشهري. تمكن هذه الدورة من كور كونسبت الفرق التي تتعامل مع العملاء من تصميم استراتيجية تهيئة تختصر زمن تحقيق القيمة، وتنقل كل حساب جديد عبر مراحل تفعيل واضحة، وترصد مخاطر التسرب المبكر. ويخرج المشاركون بخطة رحلة التهيئة ومؤشرات الأداء لمنتج نموذجي.

أهداف الدورة:

- تحديد القيمة الأولى وحدث التفعيل وهدف زمن تحقيق القيمة لكل شريحة تهيئة في عروض B2B أو B2C
- تصميم مستويات تهيئة تربط المسارات الذاتية والموجهة والمرافقة المكثفة بحجم الحساب ودرجة تعقيده وإيراده
- إعداد تسلسلات الترحيب وجداول اجتماعات الانطلاق وخطط مراحل التفعيل مع تحديد المسؤولين ومعايير الإنجاز والمواعيد
- تنظيم التسليم من المبيعات إلى الخدمة بحيث تصل الوعود وأصحاب المصلحة ونطاق التنفيذ إلى فريق التهيئة كاملة
- إعداد أدوات التهيئة الذاتية الرقمية مثل الجولات الإرشادية داخل التطبيق ورسائل البريد المرحلية ومقالات مركز المساعدة
- متابعة معدل التفعيل وزمن تحقيق القيمة والتسرب المبكر ورضا العملاء عن التهيئة CSAT، ثم اختبار مسار التهيئة وتحسينه

الفئة المستهدفة:

- المديرون المسؤولون عن تهيئة الحسابات الجديدة أو تنفيذها أو تفعيلها في خدمات قطاع الأعمال
- مديرو تجربة العملاء المسؤولون عن تجربة الاستخدام الأول في الخدمات الاستهلاكية والمصرفية وخدمات الاشتراك
- مديرو المبيعات الذين تسلم فرقهم الصفقات المغلقة حديثا إلى زملاء الخدمة والتنفيذ
- مديرو الخدمة والدعم الذين تستقبل فرقهم العملاء الجدد بعد الشراء أو فتح الحساب
- مديرو المنتجات والقنوات الرقمية الذين يصممون الإرشاد داخل التطبيق ومسارات التسجيل والرسائل المرحلية

محاور الدورة:

اليوم 1: اقتصاديات التهيئة والأيام التسعون الأولى

- نطاق التهيئة: من التسجيل حتى القيمة الأولى مقارنة بإدارة الحساب المستمرة
- اقتصاديات الاحتفاظ في الأيام التسعين الأولى: التسرب المبكر والإيرادات المعرضة للخطر
- تعريفات القيمة الأولى ولحظة الإدراك وحدث التفعيل
- أنماط تهيئة حسابات B2B مقارنة بالتسجيل وفتح الحساب في B2C
- تدقيق التهيئة الحالية: نقاط الانسحاب والحسابات المتعثرة والتسجيلات الصامتة

اليوم 2: نماذج التهيئة وشرائحها وتصميم زمن تحقيق القيمة

- نموذج زمن تحقيق القيمة: توقيت توقيع العقد واكتمال الإعداد وأول نتيجة
- مصفوفة مستويات التهيئة: المسار الذاتي والموجه والمرافقة المكثفة
- سلم مراحل التفعيل مع معايير الإنجاز لكل شريحة
- مصفوفة RACI لتوزيع الأدوار في التهيئة بين فرق المبيعات والتنفيذ والخدمة والمنتج
- شجرة مؤشرات أداء التهيئة: معدل التفعيل وزمن تحقيق القيمة والتسرب المبكر ورضا العملاء عن التهيئة

اليوم 3: رحلات الترحيب واجتماع الانطلاق والتهيئة الذاتية الرقمية

- ملخص التسليم من المبيعات إلى التهيئة: الوعود وأصحاب المصلحة والنطاق ومعايير النجاح
- جدول أعمال اجتماع الانطلاق وخطة التهيئة المشتركة مع العميل
- تسلسل رسائل الترحيب والبريد الإلكتروني المرتبط بأحداث الإعداد
- الجولات الإرشادية وقوائم المهام وإرشادات الشاشات الفارغة داخل التطبيق للاستخدام الأول
- مقالات مركز المساعدة والدروس المرئية وندوات التهيئة الإلكترونية للتعلم الذاتي

اليوم 4: التنفيذ بالمرافقة المكثفة وفتح الحسابات وإشارات الإنذار المبكر

- خطة مشروع التنفيذ المكثف: ترحيل البيانات وضبط الإعدادات وبوابات الإطلاق
- عوائق فتح الحساب والتحقق من الهوية في الخدمات المالية وخدمات الاشتراك
- التحول من التجربة المجانية إلى الاشتراك المدفوع ومزالق العروض التعريفية
- دليل إشارات الإنذار المبكر: المراحل الفائتة وضعف تسجيل الدخول وعدم الرد على التواصل
- دليل استعادة مسار التهيئة: محفزات التصعيد ومكالمات إعادة التفاعل وإعادة ضبط النطاق

اليوم 5: تمرين المنتج النموذجي: خطة رحلة التهيئة ومؤشرات الأداء

- ملف المنتج النموذجي: قاعدة عملاء مختلطة B2B وB2C مع تزايد حالات الإلغاء المبكر
- تحليل قمع التهيئة من بيانات التسجيل والإعداد والتفعيل
- تصميم اختبارات A/B لرسائل الترحيب وقوائم المهام وصيغ اجتماع الانطلاق
- صياغة خطة رحلة التهيئة ومؤشرات الأداء: المستويات والمراحل والمسؤولون والمستهدفات
- الدفاع عن الخطة ومناقشة الزملاء لتعريفات التفعيل وحدود الإنذار

المهارات التي ستكتسبها:

- تعريف حدث التفعيل
- تقسيم شرائح التهيئة
- إعداد ملخص التسليم
- إدارة اجتماع الانطلاق
- تصميم الرسائل المرحلية
- تخطيط إطلاق مشاريع التنفيذ
- تحليل قمع التهيئة
- تصميم تجارب تحسين التهيئة

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بخطة رحلة التهيئة ومؤشرات الأداء لمنتج نموذجي، بعد مناقشتها مع الزملاء، جاهزة للتكييف مع عروض مؤسستك
- استبدال أنشطة الترحيب العامة بمراحل تبين بدقة الحسابات الجديدة التي تتقدم وتلك المتعثرة
- منح زملاء المبيعات والخدمة والمنتج تعريفا موحدا للقيمة الأولى وآلية تسليم واحدة
- مقارنة ممارسات التهيئة الذاتية والمرافقة المكثفة مع مديرين من مجالات البرمجيات والمصارف والاتصالات والاشتراكات

الخاتمة:

يقرر العميل الجديد في أسابيعه الأولى إن كان الشراء يستحق ما دفعه، لذا تحتاج التهيئة إلى انضباط التصميم نفسه الذي تحظى به المبيعات. تنتقل الدورة من اقتصاديات التهيئة والقيمة الأولى، إلى نماذج المستويات والمراحل ومؤشرات الأداء، ثم إلى التسليم واجتماع الانطلاق ورسائل الترحيب وأدوات الخدمة الذاتية، وصولا إلى مشاريع التنفيذ وعوائق فتح الحساب وإشارات الإنذار المبكر. ويحول اليوم الأخير ذلك إلى خطة رحلة التهيئة ومؤشرات الأداء لمنتج نموذجي يدافع عنها المشاركون أمام زملائهم.