



دورة إدارة الوكالات الإعلانية والإبداعية: أتعاب الوكالة وإدارة حسابات العملاء والربحية

2027 - 19 سبتمبر

الرياض - فندق خمس نجوم في حي كافد



دورة إدارة الوكالات الإعلانية والإبداعية: أتعاب الوكالة وإدارة حسابات العملاء والربحية

المرجع: 26968_1740 التاريخ: 19 - 23 سبتمبر 2027 المكان: الرياض - فندق خمس نجوم في حي كافد الرسوم: SAR 20000

مقدمة:

دورة إدارة الوكالات الإعلانية والإبداعية دورة تمتد 5 أيام لمؤسسي الوكالات ومديريها العامين ومديري الحسابات في وكالات الإعلان والتسويق الرقمي والإنتاج الإبداعي، وتنتهي بإعداد خطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات لوكالة دراسة حالة. فكثير من الوكالات تقدم أعمالاً لافئة لكنها تفقد هامش الربح بسبب أعمال غير محددة النطاق، ورسوم شهرية ثابتة مسعرة بأقل من قيمتها، وخدمة زائدة للحسابات الرئيسية، واستوديوهات تتأرجح بين الفراغ والضغط. ويقود المشاركون حسابات العملاء أو وحدات داخل الوكالة، ويتعلمون عبر بناء نماذج رقمية لقائمة الأرباح والخسائر والأتعاب ونسب الاستغلال. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة لقادة الوكالات.

أهداف الدورة:

- تحليل قائمة الأرباح والخسائر للوكالة من إجمالي الفواتير إلى صافي الإيراد وهامش التشغيل، مع قياس تركيز الإيراد في عدد محدود من حسابات العملاء
- تحديد نطاق عمل العميل وتسعيه بعمولة الوسائط أو أتعاب المشروع أو الرسوم الشهرية الثابتة أو المكافآت المرتبطة بالأداء
- قيادة فرق الحسابات بما يحفظ النطاق المتفق عليه ويتابع رضا العميل وينمي إيرادات الحسابات الرئيسية
- تأهيل فرص العروض التنافسية للعملاء الجدد وفق متطلبات طلب المعلومات وطلب تقديم العروض، وتحديد ميزانية الاستثمار في كل عرض
- تخطيط طاقة الموظفين ونسبة الاستغلال القابل للفوترة، وضبط تدفق المهام من الموجز إلى الاعتماد عبر إدارة حركة العمل
- بناء خطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات لوكالة دراسة حالة

الفئة المستهدفة:

- ملاك الوكالات والشركاء الذين يحددون التوجه التجاري لوكالات الإعلان والتسويق الرقمي والإنتاج الإبداعي
- وظائف قيادة الوكالة المسؤولة عن الأرباح والخسائر وهامش التشغيل
- وظائف خدمة العملاء المسؤولة عن علاقات الحسابات ونطاق العمل وإيراد كل حساب
- قادة فرق الحسابات الذين يبنون الفرق حول العملاء ويحافظون على استبقائهم
- وظائف العمليات في الوكالة المسؤولة عن طاقة الموظفين وسجلات الوقت وحركة العمل
- وظائف تطوير الأعمال الجديدة التي تختار العروض التنافسية وتعد مقترحات الوكالة

محاور الدورة:

اليوم 1: نماذج أعمال الوكالات ومصادر الإيراد وقائمة الأرباح والخسائر

- خريطة نماذج الوكالات بين الخدمة المتكاملة والتخصصية والرقمية
- قائمة دخل الوكالة من إجمالي الفواتير إلى صافي الإيراد
- تحليل تركيز الإيراد عبر محفظة حسابات العملاء
- تفكيك هيكل التكاليف بين الرواتب والمستقلين والمصروفات العامة
- فحص الوضع الحالي للوكالة بمؤشرات هامش الربح

اليوم 2: تحديد النطاق والتسعير ونماذج أتعاب العملاء

- وثيقة نطاق العمل بالمخرجات وحدود جولات التعديل
- مقارنة عمولة الوسائط وهوامش الإضافة بنموذج الأتعاب
- تحديد قيمة الرسوم الشهرية الثابتة من الساعات والأدوار المخططة
- تقدير أتعاب المشروع ببطاقات أسعار الساعة المرجحة
- تصميم المكافأة المرتبطة بالأداء بمقاييس متفق عليها وسقوف محددة

اليوم 3: إدارة الحسابات واستبقاء العملاء وتنمية الحسابات

- هيكل فريق الحساب الرابط بين خدمة العملاء والتخطيط والاستوديو
- استبيان صحة العلاقة مع العميل والمراجعة الفصلية للأعمال
- سجل طلبات التغيير لمتطلبات العميل خارج النطاق
- نموذج خطة تنمية الحساب للبيع الإضافي والبيع المتقاطع
- الرد على بطاقة تقييم العميل للوكالة وإجراءات استعادة الحساب

اليوم 4: العروض التنافسية للعملاء الجدد وتوزيع الموارد ومخاطر سير العمل الإبداعي

- خطة الرد على طلب المعلومات وطلب تقديم العروض ومعايير تأهيل الفرصة
- ميزانية الاستثمار في العرض وقواعد قرار الانسحاب
- تتبع الاستغلال القابل للفوترة بسجلات الوقت وتوقعات الطاقة
- ملف المهمة في إدارة حركة العمل من الموجز إلى الاعتماد النهائي
- تحليل شطب ساعات الخدمة الزائدة وضوابط تسرب هامش الربح

اليوم 5: بناء النموذج لخطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات

- ملف وكالة الحالة بقائمة العملاء والبيانات المالية
- إعادة بناء نموذج الرسوم الشهرية والأتعاب لوكالة الحالة
- نموذج الاستغلال وطاقة التوظيف لوكالة الحالة
- أهداف استبقاء الحسابات الرئيسية وتنميتها لوكالة الحالة
- عرض خطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات أمام الشركاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تحليل أرباح الوكالة وخسائرها
- تحديد نطاق العمل
- تسعير الرسوم الشهرية والأتعاب
- تصميم الأتعاب المرتبطة بالأداء
- تخطيط تنمية الحسابات الرئيسية
- تأهيل فرص العروض التنافسية
- تخطيط الطاقة ونسب الاستغلال
- ضبط حركة العمل الإبداعي

لماذا تحضر هذه الدورة:

- إعداد خطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات لوكالة دراسة حالة يعتمد عليها المدير العام والشركاء عند إعداد الموازنة التالية
- المفاضلة بين الرسوم الشهرية الثابتة وأتعاب المشروع والترتيب المرتبط بالأداء لكل حساب عميل بالاستناد إلى أدلة الهامش
- تفادي الخدمة الزائدة غير المدفوعة والساعات المشطوبة والعروض المكلفة ذات فرص الفوز الضعيفة
- نقل حاسبة الأتعاب ومتتبع الاستغلال ونماذج نطاق العمل إلى فرق الحسابات والاستوديو

الخاتمة:

بعد العودة إلى الوكالة يسلم المشاركون خطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات إلى المدير العام والشركاء ورؤساء فرق الحسابات والاستوديو. ويعتمدون عليها في إعادة تسعير الرسوم الشهرية عند التجديد، وتحديد أهداف الاستغلال والتوظيف، واختيار العروض التنافسية التي تدخلها الوكالة، والاتفاق على أهداف نمو الحسابات الرئيسية. وبعد أول ربع سنة من استخدامها، يقارن فريق القيادة صافي الإيراد الفعلي لكل حساب ونسبة الاستغلال القابل للفوترة ومستوى الساعات المشطوبة بما ورد في الخطة، ثم يعدل نماذج نطاق العمل وبطاقات الأسعار حيث تراجع الهامش.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشاركون قبل الالتحاق بدورة إدارة الوكالات الإعلانية والإبداعية؟

يحتاج المشاركون إلى خبرة في قيادة حسابات العملاء أو وحدة إبداعية أو رقمية أو إدارة وكالة، مع قدرة على قراءة الموازنة أو قائمة الدخل. ولا يشترط مؤهل مالي، إذ يبنى اليوم الأول قائمة أرباح الوكالة وخسائرها من إجمالي الفواتير إلى صافي الإيراد خطوة بخطوة.

بم تختلف إدارة الوكالات الإعلانية والإبداعية عن إدارة الحملات الإعلانية من جانب المعلن؟

تدرس هذه الدورة الإدارة من جانب الوكالة: تسعير العمل وحماية الهامش وتنمية الحسابات وتشغيل الاستوديو. أما دورات إدارة الحملات من جانب المعلن فتعلم فرق التسويق كتابة الموجز للوكالات وتخطيط الوسائط وقياس أثر الحملة، أي شراء خدمات الوكالة لا بيعها.

لماذا تجمع الوكالات الإعلانية والإبداعية بين عمولة الوسائط والأتعاب والرسوم الشهرية؟

لأن الأتعاب والرسوم الشهرية تربط دخل الوكالة بالعمل ووقت الموظفين الذي يستهلكه العميل فعلاً، لا بحجم الإنفاق على الوسائط وحده. وما تزال العمولة مستخدمة، وتجمعها وكالات كثيرة مع أتعاب المشروع والمكافآت المرتبطة بالأداء ليتبع الدخل الجهد والنتائج.

ماذا يعود به المشاركون من دورة إدارة الوكالات الإعلانية والإبداعية؟

يعود المشاركون بخطة تشغيل الوكالة وتنمية الحسابات لوكالة دراسة حالة، تضم نموذج الأتعاب والرسوم الشهرية، وتوقعات الاستغلال والطاقة، وأهداف نمو الحسابات الرئيسية، ونماذج نطاق العمل القابلة للتكييف مع وكالته.