

كيف تصبح مدير حساب رئيسي بنجاح: دليل شامل

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-103

هدف الكورس

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير علاقات ذات مغزى وفائدة متبادلة مع الشركاء.
- إنشاء استراتيجية B2B جذابة للموردين والمنظمات الخارجية.
- الحفاظ على قاعدة بيانات لمعلومات الشركاء يمكن استخدامها لتأمين علاقات عمل طويلة الأمد.
- تحليل ومراقبة التغيرات في السوق والتفاعل مع الشركاء لدفع الأعمال إلى الأمام.
- زيادة مبيعات الخدمات والمنتجات لصالح صاحب الحساب.
- إقامة علاقات صادقة ومفتوحة مع الشركاء، لضمان أن تكون جهة الاتصال المفضلة لديهم.
- التواصل بفعالية ومهنية، باستخدام مهارات التفاوض والتأثير لتحقيق نتائج إيجابية.
- قيادة فريق من مديري الحسابات الأكفاء لتحقيق أهداف الشركة والعمل نحو تحقيق أهداف طويلة الأمد وطموحة.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لأي شخص يدير الحسابات الرئيسية داخل المؤسسة أو يعمل جنبًا إلى جنب مع الشركاء وأصحاب

المصلحة لتحقيق التأييد للمبادرات الجديدة أو يحتاج إلى تطوير علاقات ذات مغزى مع العملاء لتحقيق الأهداف المؤسسية.
ستكون هذه الدورة مفيدة بشكل خاص لـ:

- مديري الحسابات
- مديري الحسابات الرئيسية
- أصحاب الأعمال
- المديرين التنفيذيين للتسويق
- الرؤساء التنفيذيين
- مديري التسويق
- مديري المبيعات
- مديري المنتجات

منهجية التدريب

يجمع هذا البرنامج التدريبي بين تقنيات تعلم متعددة لزيادة معرفة وفهم المشاركين لدور إدارة الحسابات الرئيسية. يستخدم التعلم التجريبي من خلال التمارين العملية وأنشطة لعب الأدوار لتطوير مهارات الاتصال الأساسية.

ستشارك أيضًا في مناقشات جماعية وجلسات عرض لمراجعة التحليلات ونتائج دراسات الحالة الواقعية. سيساعدك ذلك في تحديد كيفية استخدام التسجيل الدقيق لإنشاء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وأصحاب المصلحة. سيتم تزويدك أيضًا بأدوات وحيل من خلال عروض تقديمية تفاعلية لزيادة مبيعات المنتجات دون الظهور بمظهر "تجاري"، وتعلم مهارات للتغلب على السلبية من الشركاء لتحقيق نتائج ناجحة.

الملخص

يتطلب إنشاء شبكة حسابات رئيسية داخل المؤسسة فهماً عميقاً لكل شريك واحتياجاته. يجب عليك تطوير معرفتك بالسوق والمنافسين للحفاظ على حساباتك وتقديم أفضل العروض والصفقات لضمان استمرارية نجاح أعمالك.

ينبغي على مدير الحساب أن يحافظ على علاقة صادقة مع قادة الحسابات لتلبية احتياجاتهم وخلق نتائج مفيدة للطرفين بفعالية. لزيادة تحويلات الشركة وتوليد مراجعات إيجابية لعروضك بين الشركات، يجب أن تصبح شريكاً يضيف قيمة ويكون متاحاً ومتسقاً في تقديم خدمة متميزة بدلاً من أن تكون مجرد مورد يهتم فقط بهوامش الربح. هذا سيضعك في مقدمة قائمة الاتصالات لشركائك عندما يبحثون عن تفاعل مع أصحاب المصلحة ودعم لتطوير أعمالهم.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: The Key Principles of Account Management

- Understanding the key principles of KAM.
- The 5 levels of Key Account Management.
- Your buying process - simplicity is paramount.
- Your CRM - the cornerstone of account management.

Section 2: Your Key Account Management Framework

- Understanding your target market and which partners to prioritise.
- Implementing a key account strategy.
- Developing a strategic roadmap to meet your needs.
- Tools and templates to construct your strategy.
- Rules and regulations.
- The power of ‘to-do’ lists.

Section 3: Developing Lasting Relationships

- Creating a relationship built on trust.
- Understanding what’s important to your partners.
- Tailoring propositions to your audience.
- Identifying challenges and being able to overcome them for your clients.
- What motivates your clients, and how can you incorporate this into your strategy?
- Your portfolio - proof of legitimacy.
- Relationship lifecycle planning.

Section 4: Identifying Key Success Factors

- Understanding the motivations and strategies of your partnered organisations.
- Your pricing structure and its merits.
- Your credibility and reputation.
- Your team strengths and effective task delegation.
- Monitoring figures and tracking data to access the most profitable clients.
- The customer expectation benchmarking matrix.

Section 5: Effective Communication & Negotiation Techniques

- Identifying the decision-maker in the company.

- The art of influencing and negotiation.
- Pushing for a better position.
- Understanding key sales buttons to push and when to push them.
- Selling without using sales language.
- Understanding your client on a personal level.
- Utilising client personas and documenting key information.

Section 6: Objection Handling & Upselling

- Understanding benefits vs. functions.
- Overcoming price comparisons.
- Hidden influencers and their dangers.
- Offering extras without spending money.
- Outside-the-box thinking to increase success rates.

Section 7: Costing And Budget Adherence

- Ensuring your products make a profit.
- Where can offers be made to increase conversion without losing out?
- Your take on ‘freebies.’
- Single-factor models.
- Decision-making models.
- Cost-per-call and extra resourcing.

Section 8: Engaging an Effective Account Management Team

- Recruitment ideals for account managers.
- Setting Key Performance Indicators to meet your priority aims.
- Managing performance in your accounts team.
- Developing SMART targets based on key account aims.
- Training and development of account managers.
- Your role as a leader or senior account executive.
- Generating buy-in for your company's aims.

Section 9: Introducing New Products & Reviewing Successes

- Take on feedback and amend processes to suit your stakeholders.
- Identifying gaps in your service.
- SWOT analysis for identifying change.

- Risk assessments and reviews.
- What products can you develop to maintain your clients’ interest?
- Predicting future trends - how to move forward.
- Prioritising opportunities and devising future frameworks.

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

شهادات Holistique Training معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم (BAC) وخدمة اعتماد التطوير المهني (CPD)، المستمر كما أنها معتمدة وفق معايير ISO 9001 وISO 21001 وISO 29993.

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة، CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد Holistique Training. التدريب من لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة.

التصنيفات

الخدمات المصرفية والمالية, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



ما هي أهمية التعاطف في القيادة؟

في عالم القيادة الحديث، يتزايد الاهتمام بأهمية صفات القائد، ومن بين هذه الصفات الرئيسية تبرز بشكل لافت صفة التعاطف. فالتعاطف لا يقتصر على مجرد مظهر إنساني، بل يمتد ليكون أحد العوامل الحيوية في تحقيق القيادة الفعالة.

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/qaPu7iTDlY4?si=bBlF_hq-0C0shlJ9