



إدارة علاقات العملاء CRM

العملاء المحتملون وخط الأنابيب وعلاقات العملاء — دليل المستخدم

لفرق المبيعات والمديرين

إصدار دولة الإمارات العربية المتحدة

الإصدار 2.0 · مايو 2026 · دليل مُصوّر شامل

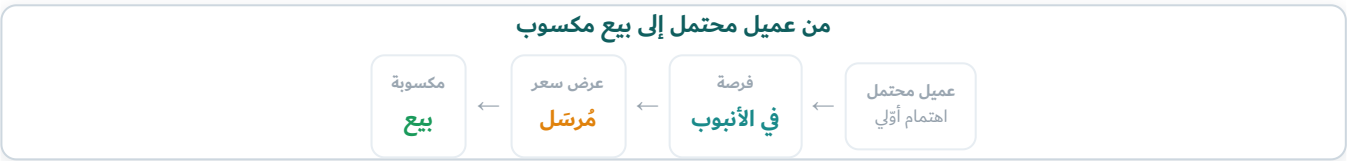
المحتويات

1. مقدمة وكيف يعمل
2. البدء والقائمة
3. خط الأنابيب (Pipeline)
4. المراحل
5. إنشاء فرصة
6. داخل الفرصة
7. العملاء المحتملون وتحويلهم
8. الأنشطة — مكالمات واجتماعات ومهام
9. الملاحظات والبريد وسجلّ المحادثة
10. الإيراد المتوقع والاحتمالية
11. وسم "مكسوبة"
12. وسم "خاسرة" وأسباب الخسارة
13. إنشاء عرض سعر
14. العملاء وجهات الاتصال
15. الوسوم والتنظيم
16. فِرَق المبيعات
17. أنشطتي وتخطيط اليوم
18. توليد العملاء من البريد والويب
19. القائمة والتقويم وعروض أخرى
20. التقارير والتوقّعات
21. لوحة المبيعات
22. الإعدادات
23. نصائح وأفضل الممارسات
24. مسرد المصطلحات

كل شاشة في هذا الدليل تُحاكي وحدة إدارة علاقات العملاء الفعلية في إكسبريرو. جميع الأسماء والمحتويات المعروضة هي بيانات توضيحية.

1. مقدمة وكيف يعمل

إدارة علاقات العملاء (CRM) من إكسبريرو تساعد فريق مبيعاتك على تحويل الاهتمام إلى إيراد. كل صفقة محتملة هي فرصة تنتقل عبر خط أنابيب من المراحل — من أول تواصل إلى بيع مكسوب. وفي الطريق تسجّل المكالمات والاجتماعات، وترسل رسائل البريد، وتدوّن ما يريده العميل، وتتوقع قيمة خط أنابيبك. وعندما تنضج الصفقة، تحوّلها إلى عرض سعر بنقرة واحدة.



شكل 1.1 — تتابع CRM كل صفقة من أول اهتمام إلى بيع مكسوب وعرض سعر.

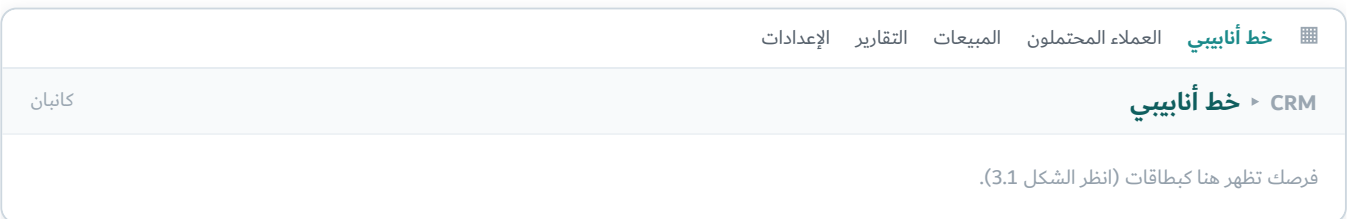
هذا الدليل موجّه إلى مندوبي المبيعات الذين يعملون على صفقاتهم يوميًا والمديرين الذين يتابعون خط أنابيب الفريق والتوقعات. كل المبالغ بالدرهم الإماراتي.

معلومة مفيدة

خط الأنابيب لوحة كانبان — تسحب بطاقة الصفقة حرفيًا من مرحلة إلى التالية كلما تقدّمت.

2. البدء والقائمة

افتح CRM من قائمة التطبيقات. تنظّم القائمة العلوية كل شيء.



شكل 2.1 — قائمة CRM.

القائمة	ما ستجده هناك
خط أنابيب	فرصك على لوحة كانبان.
العملاء المحتملون	الاستفسارات غير المؤهلة (إن فُعلت الميزة).
المبيعات	عروض أسعارى والعملاء والفِرَق.
التقارير	تحليل خط الأنابيب والتوقعات.
الإعدادات	المراحل وفِرَق المبيعات والوسوم وأسباب الخسارة.

3. خط الأنابيب (Pipeline)

مسار القائمة: CRM > خط أنابيب

خط الأنابيب هو قلب CRM — لوحة كانبان بعمود لكل مرحلة. كل بطاقة فرصة تعرض العميل والإيراد المتوقع والنشاط التالي. اسحب البطاقة إلى اليسار كلما تقدّمت الصفقة.

جديدة	مؤهلة	عرض مقترح	مكسوبة
النور للتجارة دإ 18,000 اتصال غداً	فندق وردة الصحراء دإ 42,000 اجتماع الخميس	مقهى المارينا دإ 12,300 عرض مُرسل	واحة للتجزئة دإ 30,000 مكسوبة ✓
أغذية الخليج دإ 7,500 بريد			

شكل 3.1 — كانبان خط الأنابيب: الفرص كبطاقات، عمود لكل مرحلة.

4. المراحل

المراحل هي أعمدة خط أنابيبك — الخطوات التي تمرّ بها الصفقة. الإعدادات الافتراضية تناسب معظم الأعمال، ويمكنك إعادة تسميتها أو إضافة مراحلك في الإعدادات.

المرحلة	تعني
جديدة	فرصة جديدة لم يُعمَل عليها بعد.
مؤهلة	تأكدت من وجود حاجة حقيقية وميزانية.
عرض مقترح	أُرسل عرض سعر/مقترح.
مكسوبة	وافق العميل — الصفقة مغلقة-مكسوبة.

جديدة مؤهلة عرض مقترح مكسوبة

شكل 4.1 — المراحل الافتراضية من اليمين إلى اليسار.

5. إنشاء فرصة

انقر **جديد** في خط الأنابيب. امنحها عنواناً قصيراً، والعميل، والإيراد المتوقع، وبريدك/هاتفك. تظهر كبطاقة في أول مرحلة، جاهزة للعمل.

1 في خط أنابيبي، انقر **جديد**.

2 اكتب اسم الفرصة (مثل "ماكينات قهوة — مقهى المارينا").

3 اضبط العميل والإيراد المتوقع والبريد/الهاتف.

4 انقر **إضافة** — تنضم البطاقة إلى اللوحة.

فرصة جديدة	
الفرصة	ماكينات قهوة — مقهى المارينا
العميل	مقهى المارينا ش.ذ.م.م
الإيراد المتوقع	12,300 د.إ.
البريد	info@marinacafe.ae

شكل 5.1 — إنشاء فرصة بالعميل والإيراد وبيانات التواصل.

6. داخل الفرصة

افتح بطاقة لترى الفرصة كاملة. يعرض الأعلى شريط المراحل (انقر للنقل بين المراحل) وزرّي مكسوبة / خاسرة. ويحتوي المتن على بيانات العميل والإيراد المتوقع ومندوب المبيعات المُسند والفريق والوسوم وسجلّ المحادثة حيث يُسجّل كل شيء.

خط الأنابيب > فندق وردة الصحراء

مؤهّلة

جديدة مؤهّلة عرض مقترح مكسوبة

مكسوبة خاسرة عرض سعر جديد

42,000 د.إ. فندق وردة الصحراء

فندق وردة الصحراء	العميل
gm@desertrose.ae · +971 4 555 1234	البريد / الهاتف
ليلى حسن	مندوب المبيعات
المبيعات المباشرة	فريق المبيعات
2026-06-10	الإغلاق المتوقع

شكل 6.1 — فرصة: شريط المراحل، مكسوبة/خاسرة، بيانات العميل والإسناد.

7. العملاء المحتملون وتحويلهم

مسار القائمة: CRM > العملاء المحتملون

إن كان عمك يستقبل استفسارات كثيرة، فعّل العملاء المحتملين. العميل المحتمل جهة اتصال غير مؤهّلة لم تقرّر متابعتها بعد. وعندما يبدو واعدًا، انقر [تحويل إلى فرصة](#) — فينضمّ إلى خط الأنابيب ويمكنك ربط العميل أو إنشاؤه.

CRM > العملاء المحتملون > استفسار من الموقع

عميل محتمل

خاسرة تحويل إلى فرصة

عمر من أغذية الخليج	جهة الاتصال
omar@gulffoods.ae	البريد
نموذج الموقع	المصدر

شكل 7.1 — عميل محتمل مع زرّ التحويل إلى فرصة.

العملاء المحتملون اختاريون

فترق كثيرة تتجاوزهم وتنشئ الفرص مباشرةً. فعّلمهم فقط إن احتجت "منطقة انتظار" قبل التأهيل.

8. الأنشطة — مكالمات واجتماعات ومهام

الأنشطة تُبقي الصفقات تتحرّك. جدول **مكالمة** أو **اجتماعًا** أو **بريدًا** أو **مهمة** بتاريخ استحقاق، فيذكرك CRM. تعرض بطاقة خط الأنابيب ساعة ملوّنة — خضراء (مخططة)، كهرمانية (اليوم)، حمراء (متأخرة) — فلا يضيع شيء.

جدولة نشاط	
النوع	مكالمة
الملخص	مناقشة المتطلبات
تاريخ الاستحقاق	غدًا
مُسند إلى	ليلى حسن
وسم كمنجز جدولة	

شكل 8.1 — جدولة مكالمة بتاريخ استحقاق ومالك.

9. الملاحظات والبريد وسجّل المحادثة

لكل فرصة **سجّل محادثة** في الأسفل — تاريخ متواصل. **دوّن ملاحظة** لتسجّل ما جرى في مكالمة؛ وأرسل رسالة لمراسلة العميل مباشرةً من الصفحة. ورسائل العميل الواردة تُرفق أيضًا، فتعيش المحادثة كلها على الصفحة.

سجّل المحادثة — فندق وردة الصحراء		
إرسال رسالة	تدوين ملاحظة	جدولة نشاط
ليلى دوّنت ملاحظة	اتصلت بالمدير — يريد تجهيز 30 غرفة بحلول يوليو.	
ليلى أرسلت بريدًا	المقترح مرفق، 42,000 د.إ.	

شكل 9.1 — سجّل المحادثة بسجّل الملاحظات والبريد والأنشطة في خط زمني واحد.

10. الإيراد المتوقع والاحتمالية

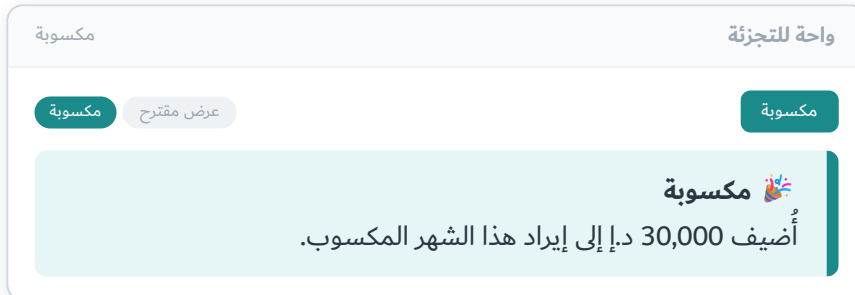
تحمل كل فرصة إيرادًا متوقعًا (قيمة الصفقة) واحتمالية (ثقتك، 0-100%). معًا يُحرّكان التوقع: صفقة بقيمة 40,000 د.إ. باحتمالية 50% تساهم بـ 20,000 د.إ. في خط أنابيبك المُرجَّح. حدّث الاثنين كلما رسخت الصفقة.

الإيراد المتوقَّع	د.إ. 42,000
الاحتمالية	60%
المُرجَّح (توقَّع)	د.إ. 25,200
الإغلاق المتوقَّع	2026-06-10

شكل 10.1 — الإيراد × الاحتمالية يعطي قيمة التوقَّع المُرجَّحة.

11. وسم "مكسوبة"

عندما يوافق العميل، افتح الفرصة وانقر **مكسوبة**. تقفز الصفقة إلى مرحلة **مكسوبة**، وتصبح احتماليته 100%، وتُحتسب في إيراداتك المكسوبة. هذه لحظة إنشاء عرض السعر أو تأكيده (الفصل 13).



شكل 11.1 — وسم الصفقة كمكسوبة ينقلها إلى مرحلة مكسوبة باحتمالية 100%.

12. وسم "خاسرة" وأسباب الخسارة

إن فشلت صفقة، انقر **خاسرة** واختر **سبب الخسارة** (السعر مرتفع، اختار منافسًا، لا ميزانية...). تُورشف الفرصة خارج خط الأنابيب النشط لكنها تُحفظ للتحليل — فتنعلّم لماذا تُخسر الصفقات وتتحسّن.

وسم كخاسرة	
سبب الخسارة	اختار منافسًا
ملاحظات	السعر كان أعلى بـ 8%.
وسم كخاسرة	

شكل 12.1 — تسجيل سبب الخسارة يُبقي تحليلك صادقًا.

13. إنشاء عرض سعر

من أي فرصة، انقر [عرض سعر جديد](#). يفتح CRM مسودة عرض سعر مبيعات مُعبأة مسبقًا بالعميل، جاهزة لإضافة المنتجات والأسعار. ويرتبط عرض السعر بالفرصة، فيبقى الإيراد والمتابعة متصلين. (بيع عرض السعر مشروح في دليل المبيعات).

مقهي المارينا > عرض سعر جديد		مسودة	
المنتج	الكمية	سعر الوحدة د.	المجموع
ماكينة إسبريسو برو	2	4,500.00	9,000.00
مطحنة X	1	2,100.00	2,100.00
		ضريبة 5%	555.00
		الإجمالي	د.إ 11,655.00

شكل 13.1 — عرض سعر أنشئ مباشرة من الفرصة (بالدرهم، ضريبة 5%).

14. العملاء وجهات الاتصال

مسار القائمة: CRM > المبيعات > العملاء

كل فرصة مرتبطة بسجل عميل — شركة أو فرد بعناوين وجهات اتصال وبريد وهاتف. وفتح العميل يعرض كل فرصه وعروض أسعاره وتاريخه، مانحًا سياقًا كاملاً قبل أي مكالمة.

العملاء > مقهى المارينا ش.ذ.م.م	
1 / 1	
الاسم	مقهى المارينا ش.ذ.م.م
المدينة	دي مارينا
الهاتف	9000 555 4 971+

شكل 14.1 — سجل عميل بأزرار ذكية إلى كل صفقاته.

15. الوسوم والتنظيم

الوسوم تسميات ملونة تُلصقها بالفرص — مثل "ساخنة" و"فندق" و"عميل متكرر" أو خط منتجات. صُفِّ وجمّع خط الأنابيب حسب الوسم لتركّز مثلاً على كل صفقات الفنادق دفعةً واحدة.



شكل 15.1 — الوسوم تساعدك على تقطيع خط الأنابيب حسب الموضوع.

16. فِرَق المبيعات

مسار القائمة: CRM > الإعدادات > فِرَق المبيعات

فريق المبيعات يجمع مندوبي المبيعات (مثل المبيعات المباشرة، الإنترنت). كل فرصة تتبع فريقًا، فيرى المديرون خط أنابيب كل فريق وأهدافه على حدة. وتُحرّك الفِرَق أيضًا الإسناد التلقائي للعملاء الجدد.

الإعدادات > فِرَق المبيعات		
1-2 / 2		
الفريق	الأعضاء	خط الأنابيب د.إ.
المبيعات المباشرة	ليلي، عمر	142,000
الإنترنت	سارة	38,500

شكل 16.1 — فِرَق المبيعات تجمع المندوبين وخطوط أنابيبهم.

17. أنشطتي وتخطيط اليوم

يسرد عرض الأنشطة كل ما عليك اليوم وما تأخر — عبر كل صفقاتك. اعمل من الأعلى للأسفل: افتح كلاً، وأنجز المهمة (مكالمة، بريد)، ثم **وسم كمنجز** وجدول الخطوة التالية. إنها قائمة مهامك اليومية، مبنية من خط الأنابيب.

اليوم	الأنشطة	CRM
الاستحقاق	النشاط	الصفقة
متأخر	معاودة اتصال	أغذية الخليج
اليوم	إرسال مقترح	فندق وردة الصحراء
اليوم	اجتماع 3م	النور للتجارة

شكل 17.1 — عرض الأنشطة هو قائمة مهامك اليومية المرتبة بالأولوية.

18. توليد العملاء من البريد والويب

يستطيع CRM إنشاء الفرص تلقائياً. يمكن أن يكون للفريق بريد كنية (alias) (مثل sales@yourco.ae) فيصبح البريد الوارد عميلاً محتملاً؛ ونموذج التواصل في موقعك يمكن أن يصب مباشرةً في خط الأنابيب. كلاهما يعني ألا يضيع أي استفسار.

نموذج الموقع إرسال ← عميل محتمل	بريد كنية sales@yourco.ae ← عميل محتمل
------------------------------------	---

شكل 18.1 — البريد بالكنية ونموذج الموقع يغذيان خط الأنابيب تلقائياً.

19. القائمة والتقويم وعروض أخرى

إلى جانب كانبان، بدّل العرض حسب المهمة: القائمة للتعديلات الجماعية والفرز حسب القيمة، والتقويم لرؤية الاجتماعات يوميًا، والمحوري والرسم البياني للتحليل. الفرص نفسها، معروضة كما تحتاج.

كانبان	قائمة	تقويم	محوري	رسم بياني
--------	-------	-------	-------	-----------

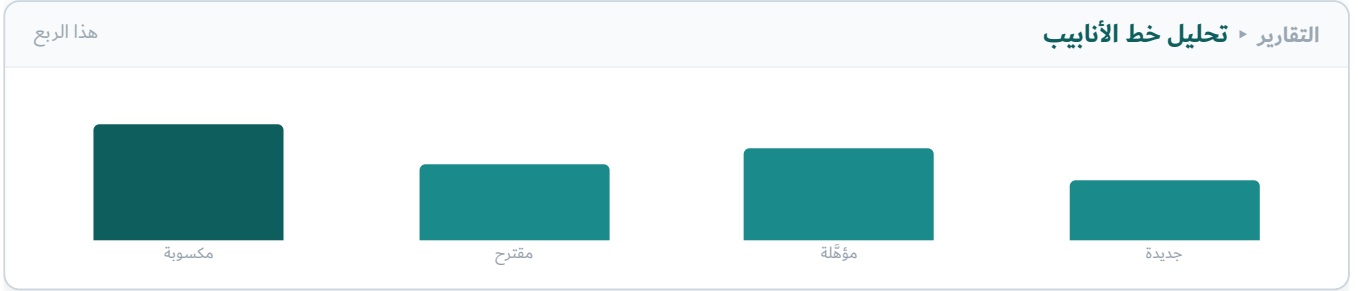
بدّل العروض من أعلى يسار أي خط أنابيب.

شكل 19.1 — مبدّل العروض: الصفقات نفسها ككانبان أو قائمة أو تقويم أو رسوم.

20. التقارير والتوقعات

مسار القائمة: CRM > التقارير

تحوّل التقارير خط أنابيبك إلى رؤى: تحليل خط الأنابيب (أين تقع الصفقات، ومعدّلات الكسب، حسب الفريق أو المندوب) والتوقع (الإيراد المتوقع شهريًا، مُرَجَّحًا بالاحتمالية). استخدمها لرصد الاختناقات والتنبؤ بالربع.



شكل 20.1 — تحليل خط الأنابيب يُظهر القيمة والأعداد حسب المرحلة.

21. لوحة المبيعات

تمنح لوحة CRM المديرين الأرقام الرئيسية بنظرة واحدة — فرص جديدة، إيراد متوقّع، مكسوب هذا الشهر، وأنشطة مستحقّة — مع خط أنابيب الفريق أسفلها. إنها أول شاشة تُفتح كل صباح.



شكل 21.1 — لوحة المبيعات: صحّة خط الأنابيب في أربعة أرقام.

22. الإعدادات

مسار القائمة: CRM > الإعدادات

يخصّص المسؤولون CRM هنا: إعادة تسمية أو إضافة المراحل، وإعداد فِرَق المبيعات وأعضائها، وتعريف الوسوم وأسباب الخسارة، وتفعيل ميزات اختيارية مثل العملاء المحتملين والإيراد المتكرّر. وتأتي إعدادات افتراضية معقولة جاهزة، فلا تغيّر معظم الفِرَق إلا القليل. وتجمّع شاشة الإعدادات أدناه كل المفاتيح؛ ففعل فقط ما يستخدمه

فريقك لإبقاء خط الأنابيب بسيطًا.

الإعدادات	CRM > الإعدادات
✓ مُفَعَّل	العملاء المحتملون
○ معطل	الإيراد المتكّز
○ معطل	تنقيب/إثراء العملاء
✓ مُفَعَّل	تسجيل العملاء التنبؤي

شكل 22.1 — شاشة إعدادات CRM حيث تُفَعَّل الميزات الاختيارية.

الإعداد	يتحكّم في
المراحل	أعمدة خط الأنابيب وترتيبها.
فِرَق المبيعات	مجموعات المندوبين وكُنُهاها.
الوسوم	تسميات لتنظيم الفرص.
أسباب الخسارة	الخيارات المعروضة عند وسم صفقة خاسرة.
العملاء المحتملون	تفعيل "منطقة انتظار" العملاء المحتملين أو إيقافها.

23. نصائح وأفضل الممارسات

المندوبون الأكثر إغلاقًا للصفقات يتشاركون حفنة عادات. إليكها بنظرة واحدة، ثم مشروحة.

بطاقة مختصرة	CRM — مرجع سريع			
عرض الأنشطة اعمل عليه يوميًا ✓	أسباب الخسارة سجّلها ✗	دَوْن المكالمات كملاحظات 🗒️	إيراد + % أبقهما محدّثين 📊	نشاط تالي اضبط واحدًا دائميًا 🕒

شكل 23.1 — العادات الخمس لمن يُغَلِّق الصفقات باستمرار.

- جدول دائميًا نشاطًا تاليًا — صفقة بلا خطوة تالية صفقة تبرد.
- أبقِ الإيراد والاحتمالية محدّثين — توقّعك بصدق هذين الرقمين فقط.
- دَوْن كل مكالمة كملاحظة — ستشكر نفسك (وزملاؤك) لاحقًا.
- سجّل أسباب الخسارة — الأنماط تكشف ثغرات السعر أو المنتج.
- اعمل على عرض الأنشطة يوميًا — إنه قائمة مهامك المرتّبة بالأولوية.

- اسحب البطاقات كلما تحرّكت الصفقات — يجب أن تعكس اللوحة الواقع دائمًا.

24. مسرد المصطلحات

التدفّق الأساسي في كلمات: يصبح العميل المحتمل فرصة، تتحرّك عبر المراحل في خط الأنايب حتى تصبح مكسوبة.



شكل 24.1 — كيف تتربط مصطلحات المسرد، من العميل المحتمل إلى المكسوبة.

المصطلح	المعنى
عميل محتمل	استفسار غير مؤهل، قبل أن تقرّر متابعتة.
فرصة	صفقة محتملة تُتابع في خط الأنايب.
خط الأنايب	لوحة كانبان للفرص حسب المرحلة.
المرحلة	خطوة تمرّ بها الصفقة (جديدة، مؤهلة...).
الإيراد المتوقّع	قيمة الصفقة بالدرهم.
الاحتمالية	ثقتك بأن الصفقة ستُغلق (0-100%).
النشاط	مكالمة أو اجتماع أو بريد أو مهمة مجدولة.
سجلّ المحادثة	سجلّ الملاحظات والبريد والأنشطة على السجلّ.
فريق المبيعات	مجموعة مندوبين يتشاركون خط أناييب.
سبب الخسارة	لماذا لم تُغلق الصفقة.

25. الأسئلة الشائعة وحل المشكلات

الأسئلة التي يطرحها المستخدمون الجدد أكثر، مع الإجابة السريعة:

حل المشكلات	حلول شائعة
السؤال	إجابة سريعة
نقل صفقة للأمام؟	اسحب البطاقة للعمود التالي
التوقع يبدو خاطئًا؟	تحقق إيراد × احتمالية
التحويل إلى بيع؟	عرض سعر جديد ← تأكيد
إيجاد المكسوبة/الخاسرة؟	مرشحات التقارير

شكل 25.1 — أكثر أسئلة CRM شيوعًا وحلّها السريع.

ما الفرق بين العميل المحتمل والفرصة؟

العميل المحتمل خام وغير مؤهّل؛ والفرصة صفقة تعمل عليها فعليًا في خط الأنابيب. حوّل العميل المحتمل إلى فرصة بمجرد أن يستحقّ المتابعة.

كيف أنقل صفقة إلى المرحلة التالية؟

اسحب بطاقتها إلى العمود التالي في خط الأنابيب، أو انقر شريط المراحل داخل الفرصة.

توقّعي يبدو خاطئًا.

تحقق من الإيراد المتوقّع والاحتمالية لكل صفقة — التوقّع المُرجّح يضرب الاثنين.

كيف أحوّل فرصة إلى بيع؟

انقر [عرض سعر جديد](#)، وأضف المنتجات وأكّده. انظر دليل المبيعات لمسار الطلب إلى الفاتورة.

أين ذهبت صفقتي المكسوبة/الخاسرة؟

الصفقات المكسوبة في مرحلة **مكسوبة**؛ والخاسرة مؤرشفة. استخدم المرشحات في التقارير لرؤيتها.

هل يمكن لمندوبين تقاسم صفقة؟

للفرصة مندوب واحد وفريق واحد، لكن يمكن لأي عضو في الفريق رؤيتها والعمل عليها.

تحتاج مساعدة؟

تواصل مع مسؤول إكسبريرو لديك أو زر xrero.com.