

— لأصحاب الوكالات وفرق الخدمات

بطاقة تقييم عمليات الوكالة.

40 نقطة تتبع العمل من أول استفسار إلى آخر فاتورة، ومعه الفريق الذي ينجزه.

الإصدار
أكتوبر 2026

لمن
أصحاب الوكالات ومسؤولو المبيعات والتنفيذ

المدة
ثلاث جلسات قصيرة

قيّم الوكالة التي تديرها، لا الوكالة التي تصفها.

معظم الوكالات لا تخسر المال في العمل الذي تتقنه، بل في الفجوات المحيطة به: عميل محتمل ينتظر ردًا، وتعديل يُنفَّذ قبل أن يُسَعر، وفاتورة لا يتابعها أحد، وموظف جديد يتعلم عمله بسؤال هذا وذاك.

راجع البطاقة مع من يدير المبيعات ومن يدير التنفيذ. لا تضع علامة على أي نقطة إلا إذا كانت مطبقة اليوم، في كل مشروع، لا إذا كانت مخططًا لها أو مطبقة مع أفضل عملائك فقط. وحين تختلفون، افتحوا مشروعًا جديدًا وانظروا إلى ما حدث فعليًا.

يملأ شخصان البطاقة كلٌّ على حدة: صاحب الوكالة ومسؤول عن المبيعات أو التنفيذ.

اليوم 1

قارنوا الإجابات. وحيث تختلف، افتحوا مشروعًا جديدًا وانظروا إلى الوقائع.

اليوم 2

عدّوا العلامات، واختاروا الفجوات الثلاث الأكثر كلفة في الوقت أو المال، وحدّدوا لكل منها مسؤولًا وموعّدًا.

اليوم 3

كسب المشاريع

01

قبل المشروع الأول يأتي الرد الأول. وهنا تكون معظم الوكالات أبطأ ما تكون، وأقل ما تعرف عن نفسها.

كل عميل محتمل، من أي قناة، موجود في مسار مبيعات واحد بمرحلة ومسؤول باسمه. نموذج الموقع، البريد، التوصيات، رسائل الشبكات الاجتماعية، الفعاليات. العميل المحتمل الذي لا يوجد إلا في بريد شخص ما ليس في المسار.

لدينا هدف مكتوب لوقت الرد الأول، ونقيس الوقت الفعلي مقابله كل شهر. قسسه، ولا تقدّره.

يستطيع العميل المحتمل حجز مكالمة معنا دون تبادل رسائل بريد. صفحة حجز تعرض الأوقات التي أنتم متاحون فيها فعلاً، بتوقيت العميل نفسه.

لكل عميل محتمل مفتوح خطوة تالية وموعد. «ننتظر رده» ليست خطوة تالية.

نعرف من أين جاء كل عميل كسبناه، ونراجع ذلك كل ثلاثة أشهر. قرر أين تستثمر وقتك بناءً على المشاريع التي كسبتها، لا على الاستفسارات التي وصلتك فقط.

العروض والتوقيعات

02

العرض الجيد هو أول ما تسلمه للعميل. فهو يحدد النطاق الذي سيعود إليه الجميع لاحقاً.

تبدأ عروضنا من باقاتنا، لا من صفحة بيضاء. النطاق والجدول الزمني وجدول الدفعات معبأة مسبقاً، ويكيّفها الفريق.

يذكر كل عرض ما هو خارج النطاق، وعدد جولات التعديل المشمولة، وما يجب على العميل تقديمه. هذه الأسطر الثلاثة تمنع معظم الخلافات في أثناء المشروع.

تُوقع العروض والعقود عبر الإنترنت، مع تسجيل التاريخ واسم الموقع. لا أحد يطبع ويوقع ويمسح ضوئياً.

راجعنا نماذج العقد واتفاقية السرية مرة واحدة، ولا نفعل بعدها إلا تعبئتها، دون إعادة كتابتها. إعادة كتابة العقد لكل عميل هي الطريقة التي تضيع بها البنود.

لكل عرض مُرسل متابعات مجدولة، تتوقف فور توقيع العميل أو اعتذاره.

استقبال العملاء الجدد

03

يحدد الأسبوعان الأولان نبرة المشروع كله. ويجب أن يكونا متشابهين مع كل عميل.

يُطلق التوقيع تسلسل الاستقبال نفسه في كل مرة.

رسالة ترحيب، ونموذج، وموعد الانطلاق، والفاتورة الأولى.

يملأ العميل نموذج استقبال واحدًا خاصًا بخدمته، لا سلسلة طويلة من الرسائل.

عناصر الهوية، والصلاحيات، والأهداف، وجهات الاتصال، والمواعيد، تُجمع مرة واحدة.

تُشارك صلاحيات حسابات العميل دون إرسال كلمات المرور بالبريد أو المحادثات.

ادعُ الوكالة كمستخدم، أو شارك عبر مدير كلمات مرور.

يعرف العميل منذ اليوم الأول جهة اتصاله، والمراحل، والمواعيد.

لاجتماع الانطلاق جدول أعمال ثابت، وينتهي بمواعيد اتفق عليها الطرفان.

التنفيذ

04

نادراً ما تفشل المشاريع بسبب الجرفة. إنها تنحرف بسبب الموافقات والنطاق ومن رأى ماذا.

يُقسّم كل مشروع إلى مراحل بمواعيد، ظاهرة للفريق كله.

تنتهي كل مرحلة بموافقة مكتوبة من العميل، مع عدد جولات تعديل متفق عليه مسبقاً.

حين تُعدّ الجولات، تصبح الملاحظات أكثر حسماً.

النقاش الداخلي منفصل عن التحديثات التي يراها العميل.

يستطيع الفريق أن يسأل ويصوغ ويختلف دون أن يقرأ العميل ذلك.

كل طلب خارج النطاق يُكتب ويُسعر ويُحدّد مواعده، ثم يُوافق عليه قبل بدء العمل.

التعديل الذي يُنفذ أولاً ويُسعر لاحقاً غالباً ما يكون تعديلاً مجانياً.

الملفات والقرارات في مكان مشترك واحد، لا في البريد أو المحادثات الشخصية.

التواصل مع العميل

05

يقلق العميل أكثر ما يقلق حين لا يسمع شيئاً. التحديثات القصيرة المنتظمة تغني عن معظم مكالمات المتابعة.

☐ يرى العميل أين وصل مشروعه دون أن يضطر إلى السؤال.

☐ يتلقى كل عميل نشط تحديثاً مكتوباً قصيراً كل أسبوع، حتى حين يكون الأسبوع هادئاً. الأسبوع الهادئ المشروح يطمئن. والأسبوع الهادئ بلا أخبار لا يطمئن.

☐ يتلقى كل عميل تقريراً شهرياً: ما أنجز، وما التالي، وما قسناه معاً. اكتب في التقرير ما قسته. ولا تُعد بما لا تتحكم فيه.

☐ الموافقات والإجابات التي ننتظرها ظاهرة للعميل، مع مواعيدها. التأخير الناتج عن انتظار العميل يجب أن يكون ظاهراً للطرفين.

☐ نطلب رأي العميل بعد المراحل الأساسية وفي نهاية كل مشروع. سؤال قصير بعد الموافقة يكشف المشكلات وهي ما تزال صغيرة.

الدعم بعد الإطلاق

06

بعد الإطلاق يشعر كثير من العملاء بأنهم تركوا. باقة دعم واضحة تحافظ على العلاقة.

☐ للعميل طريقة واحدة واضحة لطلب المساعدة، لا الهاتف الشخصي لأحد أعضاء الفريق.

☐ لكل باقة دعم مهلة مكتوبة للرد الأول، تُحسب بساعات العمل.

☐ الساعات المشمولة كل شهر مكتوبة، والوقت المستهلك يُتَابَع مقابلها. دون متابعة، تتحول الساعات المشمولة بهدوء إلى ساعات بلا حدود.

☐ لكل طلب دعم مسؤول وحالة يراها العميل.

☐ نراجع الطلبات المتكررة مرة في الشهر لنكتشف الإصلاحات والمشاريع المختبئة فيها.

الفوترة والربحية

07

الإيرادات ليست ربحًا. تحتاج إلى رؤية الاثنين، مشروعًا بمشروع.

تتبع الفواتير المراحل أو الجدول المتفق عليه في العرض.

لا يجب أن تفاجئ أي فاتورة العميل.

تصدر الفواتير الدورية في موعدها دون أن يضطر أحد إلى التذكر.

تتلقى الفواتير غير المدفوعة تذكيرات مهذبة وفق جدول ثابت: قبل الاستحقاق، ويومه، وبعده.

الجدول الثابت يزيل حرج تقرير متى تُطالب.

يُسجّل الوقت على المهام ويُقارن بالتقدير.

الفرق بين التقدير والواقع هو ما يجعل عرضك التالي أدق.

نعرف ربح كل مشروع بعد انتهائه: الأتعاب ناقص الوقت والتكاليف.

العملاء الأكثر انشغالاً بهم ليسوا دائمًا الأكثر ربحًا.

الفريق

08

تكبر الوكالة بما هو مكتوب، لا بما يتذكره المؤسس.

الأدوار مكتوبة، ولا يرى كل شخص إلا ما يحتاج إليه دوره.

الأتعاب والأسعار والهوامش لا يراها إلا من يحتاج إليها.

حين يغادر أحد، تُزال كل صلاحياته في اليوم نفسه.

يتلقى كل عضو جديد دليلًا مكتوبًا لدوره، مع قائمة مهام لأسابيعه الأولى.

حق لا تتوقف الإجابات على من يصادف أنه متفرغ.

قبل قبول عمل جديد، نرى عبء كل شخص للأسابيع القادمة.

تستخدم حسابات الفريق تسجيل الدخول بخطوتين، ولا يتشارك أحد بيانات الدخول.

عُدّ علاماتك.

وكالة منظمّة. أنظمتك متماسكة؛ ابحث عن القسم الذي حصلت فيه على أقلّ العلامات وأحكمه.

32 إلى 40

وكالة تعمل، لكن فيها تسرّبات. اختر الفجوات الثلاث التي تمسّ أكبر عدد من المشاريع أو أكبر قدر من المال، وابدأ بها.

20 إلى 31

الكثير يعتمد على الذاكرة وحسن النية. ابدأ بالأقسام 2 و4 و7: نطاق موقع، وتعديلات مسعّرة، وفواتير تتبع المراحل.

أقل من 20

هذه النتيجة نقطة بداية لفريقك، لا مقارنة بالوكالات الأخرى. الجزء المفيد هو قائمة الفجوات التي تكشفها.

أولوياتك الثلاث

الفجوة	المسؤول	الموعد
1		
2		
3		



شاهده يعمل

ماذا لو اجتمعت هذه النقاط في نظام واحد؟

Qafza OS هو النظام الذي ندير به وكالتنا: المبيعات، والعروض والتوقيعات، والمشاريع مع بوابة للعملاء، والدعم، والوقت، والفوترة، بعلامتك التجارية ونطاقك. احجز عرضاً توضيحياً مدته 30 دقيقة: نعرضه عليك ببيانات تجريبية وننظر معاً في طريقة عمل وكالتك اليوم.

مسار المبيعات وصفحة الحجز ومتابعة العروض

المراحل والموافقات بجولات تعديل، والتعديلات المسعّرة قبل العمل

التحديثات الأسبوعية والتقارير الشهرية ومهل الدعم

الفواتير حسب المراحل والتذكيرات والوقت والربح لكل مشروع

احجز عرضاً توضيحياً

qafza.dev/ar/os



تصمّم قفزة وتبني العلامات التجارية والمواقع والبرمجيات، وتقدّم للوكالات وفرق الخدمات Qafza OS، النظام الذي تدير به وكالتها، بعلامتها التجارية الخاصة.