



**قاعدة الأعمال الدورة التدريبية: بناء استراتيجيات متقدمة لتعزيز  
ولاء العملاء وتوسيع**

**Ref: #CUS1384**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



استراتيجيات متقدمة لتعزيز للباحثين عن التميز في عالم الأعمال الحديث، حيث تُعد هذه الدورة التدريبية الشاملة منارة معرفية معهم تنافسية متسارعة، لم يعد مجرد اكتساب العملاء ولاء العملاء وتوسيع قاعدة الأعمال. في بيئة تركز على فن وعلم بناء الأبحاث والدراسات في هو حجر الزاوية لتحقيق نمو الأعمال المستدام. تستمد كافيًا بل أصبح الاحتفاظ بهم وتعميق العلاقة الأكاديمي، مثل Philip Kotler الذي يُعد مجال إدارة علاقات العملاء وتستلهم رؤاها من رواد هذه الدورة أسسها من أحدث الأدوات يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة المصممة من أبرز المفكرين في مجال التسويق وإدارة العملاء. الفكر وبناء روابط عاطفية قوية تضمن والمنهجيات اللازمة ليس فقط لزيادة رضا العملاء، بل بعناية فائقة لتزويد المشاركين فهم تحليل سلوك العملاء، وتطبيق مبادئ تسويق العلاقات، ولاء العلامة التجارية. سيتعلم المشاركون كيفية لتجاوز توقعاتهم الجانب العملي من خلال دراسات قيمة عمر العميل وتطوير استراتيجيات لزيادتها. تركز وتطوير برامج الولاء الفعالة، بالإضافة إلى BIG على تحويل المعرفة النظرية إلى استراتيجيات نمو الحالة والتطبيقات الواقعية لضمان قدرة المشاركين الدورة أيضًا على هذه الدورة لتكون دليلًا شاملاً أن بناء قاعدة عملاء قوية هو مفتاح النجاح، BIG BEN Training Center الأعمال قابلة للتنفيذ. يدرك BEN Training شركته في السوق لكل من يسعى إلى تنمية قاعدة العملاء وتعزيز مكانة ولهذا تم تصميم



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدبري التسويق والمبيعات
- مدبري علاقات العملاء
- أصحاب الأعمال والمدبرين التنفيذيين
- المتخصصين في تطوير الأعمال
- رواد الأعمال
- مستشاري الأعمال
- مدبري المنتجات

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- قطاع الاتصالات
- قطاع الرعاية الصحية
- قطاع الضيافة والسياحة
- قطاع التكنولوجيا والبرمجيات
- قطاع الصناعات التحويلية
- قطاع الهيئات الحكومية والجهات شبه الحكومية
- قطاع الخدمات المهنية والاستشارية

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- قسم التسويق والمبيعات
- قسم خدمة العملاء
- قسم تطوير الأعمال
- قسم إدارة المنتجات
- قسم العمليات
- قسم الاستراتيجية
- قسم الموارد البشرية

## أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- تطوير استراتيجيات متكاملة ل بناء ولاء العملاء
- تحليل سلوك العملاء لتحديد احتياجاتهم وتوقعاتهم
- الاحتفاظ بالعملاء وتصميم وتطبيق برامج الولاء الفعالة التي تعزز
- قياس قيمة عمر العميل وتحسينها لزيادة الإيرادات
- إتقان إدارة علاقات العملاء لتعزيز تجربة العملاء
- الثقة والتقدير، بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء قائمة على
- الحملات التسويقية، استخدام أدوات تحليلات العملاء لتقسيمهم وتخصيص
- المشكلات، تطوير مهارات الاتصال الفعال بالعملاء وحل
- توسيع قاعدة العملاء، صياغة وتنفيذ استراتيجيات نمو الأعمال من خلال
- التعامل، تحسين رضا العملاء وتقليل معدلات التوقف عن

## منهجية الدورة التدريبية:



تبدأ كل وحدة تركز على دمج المعرفة النظرية بالتطبيق العملي تتبنى هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة العملاء وإدارة علاقات العملاء، تليها بمقدمة نظرية تشرح المفاهيم الأساسية ل بناء لضمان أقصى استفادة للمشاركين. في شركات رائدة بمختلف القطاعات. يعتمد BIG BEN دراسات حالة واقعية تستعرض تطبيقات هذه المفاهيم استراتيجيات الفهم ويعزز مهارات حل والمناقشات المفتوحة لتشجيع تبادل الخبرات والأفكار على أسلوب العمل الجماعي Training Center تطبيقية تتيح للمشاركين فرصة تصميم وتطوير المشكلات. تتضمن الدورة أيضاً جلسات تفاعلية وورش بين المشاركين، مما يثري الفورية على الأنشطة اكتساب العملاء الجدد والاحتفاظ بالعملاء. يتم برامج ولاء خاصة بهم، بالإضافة إلى وضع خطط ل عمل المسار عند الحاجة. تُستخدم في الدورة أحدث والمشاريع الجماعية لضمان استيعاب المفاهيم وتصحيح التغذية الراجعة هذا النهج يضمن العملاء، مما يمكّن المشاركين من تطبيق استراتيجيات الأدوات والتقنيات لتحليل سلوك العملاء وقياس رضا ولاء العملاء بفعالية بعد انتهاء الدورة. أن يكون المشاركون قادراً على توسيع قاعدة العملاء نمو الأعمال القائمة على البيانات. وتعزيز

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: أسس فهم العملاء وبناء العلاقات



- مقدمة إلى عالم بناء قاعدة عملاء قوية.
- فهم سلوك العملاء واحتياجاتهم المتغيرة.
- تحديد قيمة عمر العميل وكيفية زيادتها.
- أهمية رضا العملاء في بيئة الأعمال التنافسية.
- التجارية: بناء الثقة مع العملاء كركيزة ل ولاء العلامة
- استكشاف أنواع العملاء المختلفين وتقسيمهم.
- مقدمة ل إدارة علاقات العملاء وأدواتها.

## الوحدة الثانية: استراتيجيات اكتساب العملاء الجدد

- تصميم حملات اكتساب العملاء الجدد الفعالة.
- العملاء: قنوات التسويق الحديثة وأثرها على تنمية قاعدة
- تحليل السوق والمنافسين لتحديد الفرص.
- استخدام تسويق الإحالة كأداة لنمو الأعمال.
- بناء عروض قيمة جذابة لجذب عملاء جدد.
- تقنيات البيع الحديثة ومهارات الإقناع.
- قياس فعالية حملات الاكتساب.

## الوحدة الثالثة: فن الاحتفاظ بالعملاء وتعميق الولاء

- تطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
- تصميم برامج الولاء المبتكرة والمحفزة.
- إدارة رحلة العميل وتحسين نقاط الاتصال.
- التعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها لفرص.
- أهمية تخصيص تجربة العميل.
- بناء مجتمعات العملاء لتعزيز تفاعل العملاء.
- قياس معدلات الاحتفاظ وتحديد عوامل التسرب.



## الوحدة الرابعة: قياس وتحليل أداء العملاء

- أدوات وتقنيات تحليلات العملاء المتقدمة<sup>١</sup>
- استخدام البيانات لفهم سلوك العملاء بشكل أعمق<sup>١</sup>
- قياس ولاء العملاء ومؤشرات الأداء الرئيسية<sup>١</sup>
- إعداد تقارير الأداء وتحليل الاتجاهات<sup>١</sup>
- تحديد العملاء ذوي القيمة العالية وتطويرهم<sup>١</sup>
- العملاء<sup>١</sup> استخدام التنبؤات لتحسين استراتيجيات الحفاظ على
- التحليلات التنبؤية والتوصيفية في إدارة العملاء<sup>١</sup>

## الوحدة الخامسة: تطبيقات عملية وخطط مستقبلية

- العملاء<sup>١</sup> ورشة عمل: تصميم خطة متكاملة ل تعزيز ولاء
- قاعدة العملاء<sup>١</sup> دراسات حالة متقدمة في بناء ولاء العملاء وتوسيع
- تحديات إدارة توقعات العملاء وحلولها<sup>١</sup>
- الابتكار في تجربة العملاء والخدمات المقدمة<sup>١</sup>
- تطوير خطة عمل ل نمو الأعمال المستدام<sup>١</sup>
- العملاء<sup>١</sup> استراتيجيات لمواجهة التحديات المستقبلية في سوق
- المراجعة النهائية وتقييم الخطط<sup>١</sup>

## الأسئلة المتكررة<sup>١</sup>:

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة<sup>١</sup>

### الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد



المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية، راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

## سؤال للتأمل:

في ظل التطورات جذب العملاء الجدد والحفاظ على جوهر العلاقات كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين الابتكار في التكنولوجيا المتسارعة؟ القائمة لضمان ولاء طويل الأمد

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



الأعمال، متجاوزة بذلك وعميق في بناء استراتيجيات متقدمة لتعزيز ولاء تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديم نهج متكامل فقط. لا تقتصر الدورة على تقديم المعرفة النظرية، الدورات التقليدية التي تركز على الجوانب السطحية العملاء وتوسيع قاعدة نمو الأعمال قابلة الحالة الواقعية التي تمكن المشاركين من تحويل بل تركزاً بشكل كبير على التطبيقات العملية ودراسات من ذلك نغوص في جوهر إدارة علاقات العملاء، للتنفيذ. نبتعد عن مجرد عرض الأدوات والمنصات، المفاهيم إلى استراتيجيات تركزاً الدورة على الجوانب وتصميم برامج الولاء المبتكرة، وتعزيز تجربة ونقدم رؤى عملية حول كيفية تحليل سلوك العملاء، وبدلاً وأفضل الممارسات في مجال بناء قاعدة الأكاديمية والبحثية، مما يضمن أن المحتوى مستمد من العملاء بشكل مستمر. بناء وقيمة عمر العميل يميز هذه الدورة، حيث نؤكد على أن عملاء قوية. كما أن التركيز على الاحتفاظ بالعملاء أحدث النظريات المستدام، علاقات طويلة الأمد مع العملاء تحقق نمو الأعمال النجاح لا يكمن فقط في جذب العملاء، بل في