



**القيمة وتعزيز نمو الدورة التدريبية: بناء ولاء العملاء الدائم  
الأعمال واستراتيجيات الاحتفاظ وزيادة**

**Ref: #CUS1629**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

على بناء ولاء العملاء الدائم، اكتساب العملاء كافيًا لضمان النجاح على المدى في عالم الأعمال شديد التنافسية اليوم، لم يعد BIG الركيزة الأساسية للنمو المستدام. هذه الدورة والاحتفاظ بهم، وزيادة القيمة التي يقدمونها، هي الطويل. إن القدرة العملاء العابرين إلى مصممة لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات التي يقدمها BEN Training الشاملة التي يقدمها BEN Training استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء، وتحليل دورة حياة سفراء مخلصين للعلامة التجارية. سنتعمق في المتقدمة اللازمة لتحويل العملية التي يمكن المعاملات. سنستكشف أحدث النماذج والأطر النظرية، العميل، وكيفية بناء علاقات قوية تتجاوز مجرد من رؤى الخبراء في مجال إدارة علاقات تطبيقها مباشرة في بيئات العمل المختلفة. يستفيداً مع التركيز على التطبيقات أن مفتاح الاعتبار أهمية فهم سلوك المستهلك. يعتقد الأكاديمي العملاء وتحسين تجربة العميل، مع الأخذ في المشاركين ستوفر أدوات قيمة لزيادة القيمة النجاح يكمن في إرضاء العملاء وبناء علاقات قوية المعروف Philip Kotler (فيليب كوتلر) مستمرة ونمو في السوق. سنغطي موضوعات مثل للعملاء وتعظيم القيمة منهم، مما يؤدي إلى تحقيق معهم. هذه الدورة تعزز الولاء الاستفادة من البيانات لاتخاذ قرارات استراتيجية تخصيص الخدمات، وبناء مجتمعات العملاء، وكيفية إيرادات



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التسويق وتطوير الأعمال.
- مديرو علاقات العملاء ومسؤولي تجربة العميل.
- أخصائيو المبيعات وخدمة العملاء.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.
- المحللون الاستراتيجيون ومسؤولو النمو.
- المتخصصون في إدارة المنتجات.
- مؤسسته، أي شخص يسعى لتعزيز ولاء العملاء والاحتفاظ بهم في

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الخدمات المالية والبنوك.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- الرعاية الصحية والصناعات الدوائية.
- الضيافة والسياحة.
- الخدمات المهنية والاستشارية.
- قطاع السيارات.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.
- التعليم والتدريب.
- المنظمات غير الربحية.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة التسويق
- إدارة المبيعات
- خدمة العملاء
- تطوير الأعمال
- إدارة المنتجات
- العمليات
- التي تؤثر على العملاء، الموارد البشرية (فيما يتعلق ببرامج ولاء الموظفين
- الاستراتيجية والتخطيط
- العلاقات العامة

## أهداف الدورة التدريبية:

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

- الدائم، صياغة استراتيجيات متكاملة لبناء ولاء العملاء
- تصميم وتنفيذ برامج فعالة للاحتفاظ بالعملاء
- العملاء، تحديد وقياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لولاء
- تحليل سلوك العملاء لزيادة القيمة العمرية (LTV)
- تطوير تجارب عملاء استثنائية تعزز الولاء
- بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء
- التعامل بفعالية مع تحديات الاحتفاظ بالعملاء
- استراتيجيات الولاء، الاستفادة من التكنولوجيا والبيانات لتحسين
- تحويل العملاء إلى دعاة للعلامة التجارية
- تحديد فرص النمو من خلال زيادة ولاء العملاء



## منهجية الدورة التدريبية:

استفادة للمشاركين. التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين النظرية يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة في المجال، تليها دراسات حالة واقعية تتضمن المنهجية مزيجاً من المحاضرات التفاعلية التي والتطبيق العملي لضمان أقصى سياقات مختلفة. يتم تشجيع العمل الجماعي من خلال تمكن المشاركين من تطبيق المفاهيم المكتسبة في يقدمها خبراء حقيقية يواجهونها الخبرات والرؤى بين المشاركين. تُقدم تمارين عملية ورش عمل مصغرة ومناقشات مفتوحة، مما يتيح تبادل المتعلقة بولاء العملاء والاحتفاظ بهم. في أعمالهم اليومية، مما يعزز الفهم العميق وتحديات محاكاة تحاكي سيناريوهات القيمة، مع تطور المهارات بشكل مستمر. تركز المنهجية على أحدث يتم توفير تغذية راجعة بناءة على الأداء لضمان للمفاهيم المشاركين من تطوير خطط عمل قابلة دمج التقنيات الحديثة في إدارة علاقات العملاء. استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وزيادة القيمة المتحققة منهم، للتطبيق تساهم في بناء ولاء العملاء الدائم وزيادة الهدف هو تمكين

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: أساسيات ولاء العملاء وأهميته.



- للعميل، مقدمة إلى ولاء العملاء ومفهوم القيمة الدائمة
- أهمية ولاء العملاء في النمو المستدام للأعمال.
- أنواع الولاء: الولاء العاطفي والسلوكي.
- علاقة ولاء العملاء بالربحية والإيرادات.
- تحديات بناء الولاء في السوق الحديثة.
- ومؤشرات أخرى، قياس ولاء العملاء: صافي نقاط الترويج (NPS)
- نموذج دورة حياة العميل وتأثيرها على الولاء.

## وتجربة العميل، الوحدة الثانية: استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء

- بناء تجربة عميل استثنائية كأساس للاحتفاظ.
- تصميم رحلة العميل وتحديد نقاط الاحتكاك.
- الاستماع الفعال للعملاء وجمع الملاحظات.
- التعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص.
- برامج الولاء والمكافآت: تصميمها وتنفيذها.
- تخصيص العروض والخدمات لتعزيز الولاء.
- أتمتة خدمة العملاء ودورها في الاحتفاظ.

## البيانات، الوحدة الثالثة: زيادة قيمة العميل وتحليل

- (Cross-selling) مفهوم زيادة القيمة (Upselling) والبيع المتقاطع
- تحديد الفرص لزيادة قيمة العميل.
- تحليل بيانات العملاء لفهم سلوكهم وتفضيلاتهم.
- العملاء، استخدام التحليلات التنبؤية لتوقع احتياجات
- تجزئة العملاء بناءً على القيمة والسلوك.
- إدارة علاقات العملاء (CRM) كأداة لزيادة القيمة.
- أهمية البيانات الضخمة في استراتيجيات الولاء.



## طويلة الأمد. الوحدة الرابعة: بناء مجتمعات العملاء والعلاقات

- دور بناء المجتمع في تعزيز ولاء العملاء.
- تصميم وتنفيذ استراتيجيات للتفاعل مع العملاء.
- أهمية المحتوى الموجه للعملاء المخلصين.
- تحويل العملاء إلى دعاة للعلامة التجارية.
- إدارة سمعة العلامة التجارية وتأثيرها على الولاء.
- القيادة الفكرية وبناء الثقة مع العملاء.
- التعاون مع المؤثرين لتعزيز الولاء.

## الوحدة الخامسة: مستقبل ولاء العملاء والابتكار.

- العملاء الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في تعزيز ولاء
- دور التكنولوجيا الناشئة في تخصيص التجربة.
- الاتجاهات المستقبلية في إدارة علاقات العملاء.
- الأخلاقيات والخصوصية في استخدام بيانات العملاء.
- بناء ثقافة مؤسسية موجهة نحو العميل.
- الابتكار في برامج الولاء وتجاوز التوقعات.
- تحديات الحفاظ على الولاء في عالم متغيراً

## الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

### 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:

ولاء عملائها الأوائل؟ المستمر في المنتجات والخدمات والحفاظ على جوهر كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين الابتكار القيمة التي بنت عليها؟

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



في الجوانب التطبيقية والنماذج واستراتيجيات متقدمة لا تقتصر على المفاهيم تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديم رؤى عميقة على توفير فهم شامل لكيفية تحويل تجربة العميل إلى التحليلية لبناء ولاء العملاء الدائم. تركز الدورة الأساسية، بل تتعمق المحتوى على أحدث الأبحاث العملية ودراسات الحالة الواقعية بدلاً من مجرد عامل تمييز تنافسي، مع التركيز على الأمثلة يوفر للمشاركين منظوراً علمياً وعملياً في آن الأكاديمية في مجال سلوك المستهلك وإدارة العلاقات، الأدوات التقنية. يشمل خطط فعالة لزيادة تدريب يجمع بين الخبرة النظرية والتطبيقية، مما واحد. يتميز Big Ben Training Center بتقديم مما قصيرة الأجل. نحن نؤمن بأن الولاء ولاء العملاء وقيمتهم العمرية، بما يتجاوز مجرد يمكن المشاركين من صياغة وتنفيذ في والقيمة المتبادلة، وهذا ما تسعى الدورة لتحقيقه من الحقيقي ينبع من بناء علاقات قائمة على الثقة التعاملات بيئة الأعمال المعاصرة. خلال منهج متكامل يراعي التحديات والمتغيرات