وتحقيق الرضا الدورة التدريبية: رحلة العميل من التفاعل الأول إلى بناء ولاء طويل الأمد

مايو ٢٠٢٦ ٢٩ - ٢٥

باريس

٥٧٠٠ € (للشخص الواحد)

Ref: #CUS3291_133415

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في تحليل مراحل رحلة العميل التفاعل الأول إلى تحقيق ولاء مستدام، من خلال تتناول هذه الدورة التدريبية رحلة العميل من وتحقيق رضاهم. يتعرف المشاركون على كيفية وتصميم تجربة عميل استثنائية تعزز من استبقاء تقديم أفضل الممارسات المشاركون من العملاء عبر استراتيجيات الحفاظ على العملاء وتوقع إدارة تجربة العملاء، وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء عملاء متقدمة، مما ينعكس على استخدام تقنيات تحليل نقاط الاتصال وتحليل بيانات احتياجاتهم بطرق احترافية. سيتمكن تقدم الدورة التدريبية رؤى عملية حول كيفية تصميم ولاء العملاء ويزيد من معدلات استبقاء العملاء. العملاء لتقديم خدمة مدروسة بدقة. تقدمBIG ما بعد البيع، مع التركيز على التخصيص وتحفيز رحلة العميل المثالية من التفاعل الأول حتى مراحل وأمثلة عملية تساعد المؤسسات هذه الدورة بمحتوى تفاعلي يشمل BEN Training Center الولاء باستخدام استراتيجيات ممكنة في إدارة علاقات العملاء. تعتبر هذه الدورة على التميز في خدمة العملاء وتحقيق أفضل نتائج دراسات حالة حقيقية ميزة تنافسية مستدامة. التدريبية أداة قوية لبناء قاعدة عملاء وفية وتحقيق

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء خدمة العملاء.
- أخصائي تجربة العملاء.
- مدراء التسويق والمبيعات.
- موظفو دعم العملاء.
- محللو البيانات وخبراء.CRM
- المدراء التنفيذيون الباحثون عن ولاء العملاء.
- مستشارو التسويق والعلاقات العامة.
- أخصائي علاقات العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة.
- قطاع البنوك والخدمات المالية.
- شركات الاتصالات.
- قطاع الضيافة والفنادق.
- شركات التجارة الإلكترونية.
- شركات التكنولوجيا والبرمجيات.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تجربة العملاء.
- إدارة التسويق والمبيعات.
- إدارة الجودة وتحسين الأداء.
- إدارة علاقات العملاء.
- إدارة التحليل والبيانات.
- إدارة الابتكار وتطوير الأعمال.

أهداف الدورة التدريبية:

- تحليل مراحل رحلة العميل وتحديد نقاط التحسين.
- تصميم تجربة العميل بشكل يضمن ولاء العملاء.
- تطبيق استراتيجيات استبقاء العملاء بفعالية.
- البيانات. تطوير مهارات إدارة علاقات العملاء باستخدام
- تحليل نقاط الاتصال مع العميل وتحسينها.
- الأمد. تعزيز التفاعل الإيجابي وبناء علاقة العملاء طويلة
- تطبيق أفضل الممارسات لخدمة العملاء المتقدمة.

منهجية الدورة التدريبية:

تحليل رحلة العميل متنوعة لضمان تحقيق أفضل النتائج. سيتم استخدام تعتمد هذه الدورة التدريبية على أساليب تفاعلية بالإضافة إلى جلسات عمل جماعية لتحليل بيانات وتصميم تجربة استثنائية لتعزيز ولاء العملاء. دراسات حالة عملية توضح كيفية على العملاء تقديم جلسات تفاعلية تتضمن مناقشات مفتوحة ومشاركة العملاء واستكشاف تقنيات استبقاء العملاء. كما سيتم على تحسين نقاط الاتصال وتحفيز التفاعل وتوقع احتياجاتهم. ستشمل الدورة التدريبية أيضًا الأفكار لتطوير استراتيجيات الحفاظ بفرصة تقديم تغذية راجعة فورية وتطبيق ما تعلموه الإيجابي باستخدام أساليب التخصيص. سيحظى المشاركون أنشطة تركز BEN Training التدريبية ويضمن تحقيق الأهداف المرجوة. تقدمBIG على سيناريوهات حقيقية، مما يعزز من فعالية الدورة الفوري في بيئة العمل. لضمان اكتساب المشاركين مهارات عملية قابلة للتطبيق هذه الدورة بمعايير عالية Center

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: مقدمة في رحلة العميل

- تعريف رحلة العميل.
- أهمية تحليل مراحل رحلة العميل.
- العوامل المؤثرة في رحلة العميل.
- مؤشرات رضا العملاء.
- أساسيات بناء تجربة عميل ناجحة.
- تحديات تصميم رحلة العميل.
- أمثلة على رحلة عميل فعالة.

الوحدة الثانية: تحليل نقاط الاتصال

- أنواع نقاط الاتصال مع العميل.
- كيفية تحديد نقاط التواصل الحرجة.
- طرق جمع بيانات نقاط الاتصال.
- تحليل فعالية نقاط الاتصال.
- تحسين نقاط التواصل لتحقيق رضا العملاء.
- تقييم نتائج تحسين نقاط الاتصال.
- قياس تأثير نقاط الاتصال على ولاء العملاء.

الوحدة الثالثة: تصميم تجربة العميل

- مبادئ تصميم تجربة العميل.
- استخدام البيانات لتحسين التجربة.
- أهمية التخصيص في تجربة العميل.
- إدارة توقعات العملاء.
- تصميم واجهة تواصل متميزة.
- قياس تجربة العميل باستمرار.
- تحسين تجربة المستخدم عبر القنوات المختلفة.

الوحدة الرابعة: استراتيجيات ولاء العملاء

- مفاهيم ولاء العملاء.
- أهمية استبقاء العملاء.
- طرق تحفيز الولاء باستخدام المكافآت.
- استراتيجيات الحفاظ على العملاء الحاليين.
- تحليل سلوك العملاء المخلصين.
- برامج الولاء الفعالة.
- قياس مؤشرات ولاء العملاء.

الوحدة الخامسة: إدارة تجربة العملاء

- تطوير خطة شاملة لإدارة التجربة.
- ربط إدارة التجربة بأهداف الشركة.
- توظيف تقنيات التحليل المتقدم.
- متابعة شكاوى العملاء بفعالية.
- تحفيز الموظفين لتحسين التجربة.
- إدارة التغذية الراجعة باستمرار.
- تحقيق رضا العملاء على المدى الطويل.

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

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 المدة

سؤال للتأمل:

- الإيجابي للعملاء؟ ما العلاقة بين تحليل نقاط الاتصال وتحفيز التفاعل

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟:

توظيف استراتيجيات مبتكرة لفهم رحلة العميل من التفاعل الأول إلى مرحلة تقدم هذه الدورة التدريبية إطارًا شاملاً ومتكاملاً عميل متميزة. تتميز الدورة بدمج تقنيات تحليل مبنية على تحليل مراحل رحلة العميل وتصميم تجربة الولاء المستدام، من خلال BIG على تزويد المشاركين يتناسب مع توقعات العملاء واحتياجاتهم المتغيرة. البيانات الحديثة وتوظيفها لتخصيص التجربة بما والقدرة على تطبيقها بشكل فوري. برؤى عملية وأمثلة حقيقية من مختلف الصناعات لضمان تركز BEN Training Center تم تقديم أدوات نظرية فقط، بل تمنح المشاركين فرصة بخلاف الدورات التقليدية، لا تعتمد هذه الدورة على اكتساب المعرفة قوية مع العملاء وتحقيق اختبارها في السوق. يعزز هذا الأسلوب من كفاءة العمل على سيناريوهات فعلية وحالات دراسية مما تهيئة المشاركين لإدارة تجربة العملاء بفعالية استبقاء العملاء بطرق مبتكرة. تضمن هذه الدورة المتدرب في بناء علاقات للشركات. يساهم في تحقيق نمو مستدام وتفوق تنافسي حقيقي وتحقيق مستويات رضا وولاء تفوق توقعات السوق،