



**الدورة التدريبية: سيكولوجية العميل المتقدمة - فهم
الدوافع الجوهرية لبناء علاقات عميقة ومستدامة**

Ref: #CUS1208



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



سريع التغيير، لم أعمق لعقلية العميل، بما يتجاوز التحليلات السطحية تُعد هذه الدورة التدريبية خطوة متقدمة نحو فهم بالقدرة على فهم الدوافع الأساسية، يعد كافيًا مجرد تقديم المنتجات والخدمات؛ بل أصبح لسلوكه الظاهر. في عالم الأعمال التنظيمي، تُشكل قرارات العملاء. تُقدم هذه الدورة منظورًا والتطلعات غير المعلنة، والاحتياجات العميقة التي النجاح مرهونًا اللازمة لفك شفرات سلوك المستهلكين. والتسويق الحديث، لتزويد المشاركين بالأدوات فريداً يجمع بين علم النفس، والسلوك هذه الرؤى لبناء العاطفية، والمعرفية، والاجتماعية، وكيف يمكن سنستكشف كيف تتأثر القرارات الشرائية بالعوامل والمعارف أحدث المعارف في هذا المجال، ويُسلط BIG BEN Training Center استراتيجيات أكثر فعالية. يُعنى للمؤسسات أن تستفيد من على جائزة عميقة مع العملاء. تُعتبر أبحاث شخصيات مثل دانيال الضوء على أهمية تحليل دوافع العملاء وبناء علاقات بتقديم مرجعاً أساسياً في فهم كيفية اتخاذ نوبل في الاقتصاد لعمله الرائد في الاقتصاد كانمان (Daniel Kahneman)، الحائز لعلم على سلوكهم الشرائي، وهو ما سنستعرضه في سياق فهم الأفراد لقراراتهم، وكيف تؤثر التحيزات المعرفية السلوكي، الدورة، سنكتسبون نفس المستهلك وكيفية توظيفه لتعزيز ولاء العميل سلوك العميل. تركز الدورة على توفيراً فهم شامل فعالة للاحتفاظ بالعملاء واكتسابهم المهارات اللازمة للتنبؤ بسلوك العميل وتطويراً وتخصيص تجربة العميل. من خلال هذه استراتيجيات



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التسويق والمبيعات
- المتخصصون في خدمة العملاء وتجربة العميل
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة
- مديرو المنتجات ومطورو الأعمال
- محللو البيانات والباحثون في السوق
- مديرو العلامات التجارية
- المستشارون الاستراتيجيون

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع المالي والمصرفي
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- صناعة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
- القطاع الصحي والصيدلاني
- قطاع الضيافة والسياحة
- جودة الخدمات للمواطنين، القطاعات الحكومية وما في حكمها، التي تسعى لتحسين
- القطاع العقاري
- قطاع الخدمات الاستشارية والمهنية

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة المنتجات.
- داخلي. إدارة الموارد البشرية (لتحسين تجربة الموظف كعميل
- إدارة العمليات.
- التحليلات والبحوث.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- سلوك العميل. تحليل وفهم الدوافع النفسية الأساسية التي تُشكل
- سياقات مختلفة. تطبيق نماذج سيكولوجية متقدمة لفهم سلوك العميل في
- العملاء وتعزيز ولائهم. تطوير استراتيجيات فعالة لبناء علاقات عميقة مع
- على قرارات الشراء. التعرف على العوامل المعرفية والعاطفية التي تؤثر
- المستقبلي. استخدام البيانات والرؤى للتنبؤ بسلوك العميل
- الاحتفاظ بالعملاء. تصميم تجارب عملاء مخصصة تُعزز الرضا وتُسهم في
- تحديد وتلبية الاحتياجات غير المعلنة للعملاء.
- المستهدفة للعملاء. صياغة رسائل تسويقية تتناسب مع الدوافع النفسية
- على تحليل دوافع العملاء. تقييم فعالية استراتيجيات التعامل مع العملاء بناءً
- والخدمات. تطبيق مبادئ علم نفس المستهلك في تطوير المنتجات

منهجية الدورة التدريبية:



أقصى استفادة منهجية تعليمية تفاعلية وشاملة تهدف إلى Center تعتمد هذه الدورة التدريبية في BIG BEN Training تطبيق المفاهيم في سيناريوهات للمشاركين. سنركز على الأساليب التي تُعزز التفكير دمج النظرية بالتطبيق العملي لضمان حالة التفاعلية التي تُقدم أحدث النظريات والرؤى في واقعية. تتضمن المنهجية مزيداً من المحاضرات النقدي وتُشجع على المتدربون في عمل جماعي تحليلية تُقدم أمثلة حقيقية لتحديات وفرص في فهم سيكولوجية العميل، بالإضافة إلى دراسات لمؤسسات افتراضية أو حقيقية، وتطوير استراتيجيات مكثف، حيث يُتاح لهم فرصة تحليل دوافع العملاء سلوك العميل. سيشارك وتبادل الخبرات بين جزءاً أساسياً من كل يوم تدريبي، حيث سيتم تشجيع فهم العميل المبتكرة. ستشكل الجلسات التفاعلية لضمان تطور فهم كل متدرب وقدرته على المشاركين والمدرسين. سيتم توفير تغذية راجعة النقاش المفتوح، وطرح الأسئلة، الأفكار النفسية المعقدة إلى استراتيجيات عمل قابلة تطبيق المفاهيم بفعالية. سنركز على كيفية ترجمة مستمرة ومُخصصة بل على المبادئ الأساسية وتعزيز ولاء العميل. لن نركز على الأدوات أو للتنفيذ تُساهم في بناء علاقات عميقة مع العملاء المنصات التجارية،

العميل. لعلم نفس المستهلك وكيفية توظيفها لتحسين تجربة

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



الوحدة الأولى: أسس سيكولوجية العميل وفهم الدوافع

- فهم علم النفس السلوكي وتطبيقاته في عالم الأعمال.
- النماذج الكلاسيكية والمعاصرة لفهم سلوك العميل.
- الشراء، الدوافع الواعية واللاواعية التي تحرك قرارات
- تأثير العوامل العاطفية على اتخاذ القرار الشرائي.
- السلوكي، مقدمة إلى نظرية الاختيار الرشيد والاقتصاد
- التنافسية، أهمية تحليل دوافع العملاء في بيئة الأعمال
- العميل، التمييز بين الاحتياجات والرغبات في سياق فهم

الوحدة الثانية: تحليل سلوك العميل ورحلته

- نفسي، رحلة العميل: مراحلها وكيفية تحليلها من منظور
- النفسي، تحديد نقاط الاتصال الرئيسية للعميل وتأثيرها
- كيف تؤثر التحيزات المعرفية على سلوك العميل.
- أدوات وتقنيات التنبؤ بسلوك العميل.
- دراسة علم نفس المستهلك في سياق التسويق الرقمي.
- فهم دور الذاكرة والإدراك في تجربة العميل.
- كيفية تحليل البيانات السلوكية لفهم العميل.

الوحدة الثالثة: بناء علاقات عميقة وتعزيز الولاء



- استراتيجيات بناء علاقات عميقة مع العملاء.
- عوامل ولاء العميل وسبل تعزيزه.
- الفردية، تصميم تخصيص تجربة العميل بما يتناسب مع الدوافع
- إدارة توقعات العملاء وتجاوزها.
- أهمية الثقة والشفافية في الاحتفاظ بالعملاء.
- برامج الولاء من منظور نفسي.
- التجارية، كيفية تحويل العميل العادي إلى سفير للعلامة

النفسي الوحدة الرابعة: استراتيجيات التواصل والتأثير

- الاتصال الفعال مع العملاء بناءً على فهم الدوافع.
- العميل، استخدام اللغة والإشارات غير اللفظية للتأثير على
- الشراء، استراتيجيات التسعير النفسي وتأثيرها على قرار
- فهم تأثير الإقناع الاجتماعي والشهادة الاجتماعية.
- نفسي، كيفية التعامل مع شكاوى العملاء بفعالية من منظور
- للعملاء، تصميم رسائل تسويقية تُخاطب الاحتياجات غير المعلنة
- أخلاقيات التعامل مع سيكولوجية العميل.

الوحدة الخامسة: تطبيقات متقدمة ورؤى مستقبلية

- والخدمات، تطبيق سيكولوجية العميل في تطوير المنتجات
- تحليل المشاعر لدى العملاء ودورها في اتخاذ القرار.
- العميل، تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية على سلوك
- النفسي، الابتكار في خدمة العملاء المتميزة بناءً على الفهم
- كيفية التكيف مع تغيرات سلوك العميل في المستقبل.
- دراسة حالة متقدمة حول بناء مجتمعات العملاء.
- القيمة المدركة للعميل وكيفية زيادتها.



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 ٢٠-٢٥ 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:

التعامل مع عملائها؟ النفسية لتعزيز المبيعات وبين الحفاظ على مبادئ كيف يمكن للمؤسسات أن توازن بين استخدام الرؤى الشفافية والأخلاق في

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



قابلة للتطبيق سيكولوجية العميل، حيث لا تكتفي بتقديم المفاهيم تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق والشمولي على وراء سلوك العميل، مما يُمكن الفوري في مختلف سياقات الأعمال. تُركز على فهم النظرية فحسب، بل تُقدم رؤى عملية جوهرياً ما يُحفز العملاء على الشراء والولاء. خلافاً للمشاركين من تجاوز التحليلات السطحية والوصول إلى الدوافع الجوهريّة في علم نفس المستهلك أو المنصات، تُقدم هذه الدورة إطاراً فكرياً متيناً للعديد من الدورات التي تُركز على الأدوات التقنية فهماً عميقاً ودائماً. تُشجع الدورة على التفكير والاقتصاد السلوكي، مما يضمن أن يكتسب المتدربون ما يعتمد على أحدث الأبحاث وتصميم تجارب عملاء متنوعة، مما يُساهم في تعزيز قدرة المشاركين على النقدي وتُقدم أمثلة عملية من قطاعات وصناعات بمنهجية تفاعلية تُركز على تحليل دوافع هذه BIG BEN Training Center لا تُنسى. يُقدم بناء علاقات عميقة مع العملاء تخصصه العميل، مما يضع المتدرب في موقع الريادة في مجال العملاء وتُساهم في تطوير مهارات التنبؤ بسلوك الدورة