



**وتعزيز نمو الأعمال الدورة التدريبية: إدارة علاقات العملاء (CRM)
للمبتدئين: بناء ولاء العملاء**

Ref: #CUS9539



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة





مع عملائها. في عالم استراتيجيات الأعمال الحديثة، حيث تمكن الشركات من تُعد إدارة علاقات العملاء (CRM) حجر الزاوية في النجاح الخدمات كافيًا، بل أصبح فهم احتياجات العملاء اليوم المتسارع، لم يعد مجرد بيع المنتجات أو بناء علاقات قوية ودائمة ، تقدم للمبتدئين رؤى المستدام. هذه الدورة التدريبية المصممة بعناية من وتوقعاتهم وتقديم تجربة استثنائية هو مفتاح التعريفات الأولية وصولاً إلى التطبيقات شاملة ومفاهيم أساسية في إدارة علاقات العملاء، قبل BIG BEN Training Center الدورة ثورة في طريقة تفاعل الشركات مع عملائها، وتحسين أن تُحدث CRM العملية. سنستكشف كيف يمكن لأنظمة بدءاً من أعمال رواد الفكر مثل البروفيسور على أحدث الممارسات والنظريات في هذا المجال، الكفاءة التشغيلية، وزيادة الأرباح. تعتمد من فهم كيفية تحليل مرجعاً عالمياً في استراتيجيات إدارة علاقات ، الذي يُعد Francis Buttle قرانسييس بوتين (مستلهمة من بالعملاء، وتخصيص الحملات التسويقية بفعالية. نحن بيانات العملاء، وتطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء. سيتمكن المشاركون تطبيق مفاهيم إدارة طويل الأمد، وهذه الدورة ستزودك بالأدوات اللازمة نؤمن بأن كل تفاعل مع العميل هو فرصة لبناء ولاء من كل نقطة اتصال. هذه الدورة هي العملاء لتعزيز النمو، وتحسين تجربة العميل، وتحقيق لتحقيق ذلك. ستكون قادراً على الأعمال المعاصرة. بوابتك نحو فهم عميق لأهمية العميل في بيئة أقصى استفادة



لأالفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- العملاء الموظفون الجدد في أقسام المبيعات والتسويق وخدمة
- لتحسين علاقاتهم مع العملاء أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة الذين يسعون
- المسؤولون عن إدارة بيانات العملاء
- المهتمون بفهم أساسيات إدارة علاقات العملاء
- استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء المدبرون والمشرفون الذين يرغبون في تطوير
- المحللون الذين يتعاملون مع بيانات العملاء
- فرق دعم العملاء التي تسعى لتعزيز رضا العملاء

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- تحديات الولاء والتنافسية قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية بما في ذلك
- الامتثال والتنظيم القطاع المالي والمصرفي بما يتناسب مع متطلبات
- تجربة المستخدم قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات مع التركيز على
- وخصوصيتها القطاع الصحي بما في ذلك إدارة بيانات المرضى
- العامة المقدمة للمواطنين الهيئات الحكومية وما في حكمها لتحسين جودة الخدمات
- علاقات طويلة الأمد مع العملاء الخدمات المهنية والاستشارية بما في ذلك بناء
- الضيافة والسياحة بما يتضمن تخصيص تجارب النزلاء

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- التحويل، قسم المبيعات لتحسين إدارة فرص المبيعات وتعزيز
- قسم التسويق لتطوير حملات تسويقية مستهدفة وفعالة
- بفاعلية، قسم خدمة العملاء لتقديم دعم استباقي وحل المشكلات
- السوق، قسم تطوير الأعمال لتحديد فرص النمو الجديدة في
- قسم تكنولوجيا المعلومات لدعم تنفيذ أنظمة CRM
- على بيانات العملاء، قسم الإدارة العليا لاتخاذ قرارات استراتيجية قائمة
- قسم العمليات لتحسين الكفاءة التشغيلية

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم المفاهيم الأساسية لإدارة علاقات العملاء (CRM)
- تحديد أهمية CRM في بناء ولاء العملاء
- استكشاف أنواع أنظمة CRM المختلفة ووظائفها
- مستنيرة، تحليل بيانات العملاء واستخدامها لاتخاذ قرارات
- تطوير استراتيجيات فعالة للاحتفاظ بالعملاء
- تحسين تجربة العميل عبر نقاط الاتصال المتعددة
- قياس وتقييم أداء استراتيجيات CRM
- تطبيق مبادئ CRM في بيئات العمل المختلفة
- العملاء، التعرف على أفضل الممارسات في إدارة علاقات
- بناء خطة عمل متكاملة لتطبيق CRM

منهجية الدورة التدريبية:



Training Center لضمان أقصى استفادة للمشاركين، حيث يركز BIG BEN على هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة يقدمها خبراء في مجال إدارة علاقات والتطبيق العملي. تعتمد المنهجية على المحاضرات على الجمع بين المعرفة النظرية التي تُمكن المشاركين من فهم التحديات والحلول في العملاء، معززة بالعديد من دراسات الحالة الواقعية التفاعلية التي للمشكلات المتعلقة للمشاركين فرصة تطبيق المفاهيم المكتسبة بشكل سياقات مختلفة. سنقوم بتضمين ورش عمل جماعية والجلسات التفاعلية لتبادل الخبرات والرؤى بإدارة علاقات العملاء. سيتم تشجيع النقاشات مباشر، وتطوير حلول مبتكرة تزويد راجعة فردية لمساعدة كل مشارك على تحديد نقاط القوة بين المشاركين والمدربين. كما سيتم تقديم تغذية المفتوحة المعرفة النظرية إلى المشاركين بالمهارات العملية التي يمكنهم تطبيقها ومجالات التحسين. تهدف هذه المنهجية إلى بل ستركز على بناء القدرات التحليلية قدرات تنفيذية. لن تقتصر الدورة على مجرد تقديم فوراً في بيئات عملهم، وتحويل وداعمة لجميع قرارات مستنيرة قائمة على البيانات. نحن نلتزم والاستراتيجية لدى المشاركين، وتمكينهم من اتخاذ المعلومات، المشاركين بتوفير بيئة تعليمية محفزة

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



الوحدة الأولى: أساسيات إدارة علاقات العملاء (CRM)

- تعريف CRM وأهميتها في الأعمال الحديثة.
- تطور مفهوم CRM عبر الزمن.
- أهداف ومكونات نظام CRM الفعال.
- الفرق بين CRM وإدارة العملاء التقليدية.
- فوائد تطبيق CRM على مستوى المؤسسة.
- التحديات الشائعة في تنفيذ CRM.
- دور البيانات في نجاح استراتيجيات CRM.

الوحدة الثانية: أنواع أنظمة CRM وتطبيقاتها

- العملاء أنظمة CRM التشغيلية: المبيعات، التسويق، وخدمة
- أنظمة CRM التحليلية: فهم بيانات العملاء.
- والخارجي أنظمة CRM التعاونية: تحسين التواصل الداخلي
- المحلي. CRM السحابي مقابل CRM
- اختيار نظام CRM المناسب لاحتياجات العمل.
- أمثلة عملية لأنظمة CRM المستخدمة.
- التكامل بين أنظمة CRM والأنظمة الأخرى.

CRM الوحدة الثالثة: استراتيجيات المبيعات والتسويق عبر



- إدارة خط أنابيب المبيعات باستخدام CRM
- توليد العملاء المحتملين وتحويلهم
- تخصيص الحملات التسويقية من خلال بيانات CRM
- أتمتة عمليات التسويق والمبيعات
- تحليل سلوك العملاء لتعزيز المبيعات
- استراتيجيات البيع المتقاطع والبيع الإضافي
- بناء برامج ولاء العملاء

الوحدة الرابعة: خدمة العملاء ودعمهم باستخدام CRM

- أهمية CRM في تحسين خدمة العملاء
- إدارة استفسارات العملاء وشكواهم بفعالية
- توفير دعم عملاء متعدد القنوات
- (KPIs) قياس رضا العملاء ومؤشرات الأداء الرئيسية
- استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتقليل معدل التوقف
- دور الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء عبر CRM
- بناء قاعدة معرفية لخدمة العملاء

CRM الوحدة الخامسة: تحليل البيانات واتخاذ القرارات في

- جمع وتخزين بيانات العملاء بفعالية
- أدوات وتقنيات تحليل بيانات العملاء
- تحديد شرائح العملاء المستهدفة
- التنبؤ بسلوك العملاء المستقبلي
- إعداد التقارير ولوحات المعلومات في CRM
- استخدام الرؤى المستخلصة لتحسين الأداء
- أخلاقيات وخصوصية بيانات العملاء



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:

على الاستثمار؟ تستثمر بفعالية في إدارة علاقات العملاء لتحقيق كيف يمكن للمؤسسات الصغيرة ذات الموارد المحدودة أن أقصى عائد

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



والأمثلة الواقعية التي لإدارة علاقات العملاء، مع التركيز على تزويد تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديم نهج شامل وعملي المفاهيم، بل نُسلط الضوء على كيفية تطبيقها في تتجاوز مجرد الأدوات التقنية. نحن لا نقدم فقط المشاركين بالرؤى العميقة على دراية أكاديمي غني، مستمد من أحدث الأبحاث والدراسات في سيناريوهات العمل الفعلية. تتميز الدورة بمحتوى بناء ولاء العملاء وتعزيز نمو الأعمال بأحدث التطورات وأفضل الممارسات. نركز على مجال CRM، مما يضمن أن يكون المشاركون صياغة الدورة تُعالج الجوانب النظرية والتطبيقية لإدارة من خلال فهم شامل لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم. هذه استراتيجيات المشاركين بالقدرة على تحليل بيانات استراتيجيات فعالة وقياس تأثيرها. إنها مصممة لعلاقات العملاء، مما يمكن المشاركين من التحديات في إدارة علاقات اتخاذ القرارات الاستراتيجية. نسعى لتمكين العملاء واستخلاص رؤى قابلة للتنفيذ، مما يدعم لتزويد العملاء إلى فرص للنمو والابتكار. المشاركون من تحويل