



**لنمو الأعمال الدورة التدريبية: إدارة علاقات العملاء المتقدمة -
استراتيجيات تحسين تجربة ولاء العميل**

يوليو ٢٠٢٦ ٢٦ - ٢٢

طوكيو

(للشخص الواحد) € ٦٥٠٠

Ref: #MAR8083_203590



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

المصممة خصيصاً لتزويد المحترفين التدريبية الشاملة في إدارة علاقات العملاء يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة علاقات العملاء مجرد العميل وبناء ولاء العميل المستدام. في عالم بالاستراتيجيات والأدوات اللازمة لتحسين تجربة المتقدمة، التنافسية. تتجاوز هذه الدورة المفاهيم وظيفية دعم، بل أصبحت حجر الزاوية في نمو الأعمال الأعمال المعاصر، لم تعد العملاء أن علاقات العملاء وتحليلات العملاء وتخصيص تجربة الأساسية لـ CRM، لتتغلغل في أحدث ممارسات إدارة والاستدامة الثقة والرضا. تستلهم هذه تتحول إلى رؤى قابلة للتنفيذ، وكيف يمكن لـ التفاعل العميل. سنستكشف كيف يمكن لـ بيانات على أهمية ، أحد الرواد في مفهوم التسويق الفردي (Peppers) الدورة من أعمال خبراء مثل دون بيبيرز (Don) مع العملاء أن يعزز تهدف الدورة إلى تمكين فهم كل عميل على حدة وتخصيص التعامل معه لتحقيق وإدارة علاقات العملاء 1:1، الذي أكد التركيز فعالة تؤدي إلى زيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء المشاركين من تصميم وتنفيذ استراتيجيات CRM أقصى قيمة متبادلة. مواجهة تحديات الأسواق على التحول الرقمي في CRM وأتمتة عمليات العملاء، وتحسين رضا العملاء وتنمية الإيرادات. مع المتغيرة وبناء علاقات طويلة الأمد مع عملائهم. سيصبح المتدربون قادرين على



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو علاقات العملاء
- متخصصو التسويق والمبيعات
- قادة خدمة العملاء
- محللو بيانات العملاء
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة
- علاقات العملاء المحترفون الذين يسعون لتعزيز خبراتهم في إدارة

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية والبنوك
- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- قطاع الضيافة والسياحة
- قطاع الرعاية الصحية
- القطاعات الحكومية والهيئات العامة
- قطاع العقارات
- قطاع الصناعات التحويلية
- القطاع التعليمي

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة علاقات العملاء.
- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة تجربة العميل.
- إدارة التحليلات والبيانات.
- إدارة الاستراتيجيات.
- إدارة العمليات.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- العملاء: صياغة استراتيجيات CRM متكاملة لتعزيز ولاء
- العملاء: تطبيق أفضل ممارسات إدارة تجربة العميل لتحقيق رضا
- تحليل بيانات العملاء لاستخلاص رؤى قابلة للتنفيذ.
- تصميم برامج تخصيص تجربة العميل الفعالة.
- استخدام أدوات CRM المتقدمة لأتمتة العمليات.
- قياس مؤشرات أداء CRM الرئيسية وتحسينها.
- بناء ثقافة تتمحور حول العميل داخل المؤسسة.
- الدائمة للعميل: تطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وزيادة القيمة
- إدارة رحلة العميل وتحسين نقاط الاتصال.

منهجية الدورة التدريبية:



استفادة للمشاركين. التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين النظرية يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة العملاء وتحسين تجربة العميل، يليها تبدأ كل وحدة بمقدمة مفصلة للمفاهيم الأساسية في والتطبيق العملي لضمان أقصى تجارية بشكل كبير على دراسات الحالة الواقعية التي توضح استعراض ل أحدث استراتيجيات CRM. يتم التركيز إدارة علاقات تتخلل الدورة ورش عمل تفاعلية مختلفة، مما يمنح المتدربين فهماً عميقاً للتحديات كيفية تطبيق مبادئ CRM في سيناريوهات وتطبيق ما تعلموه على مشاريع محددة. كما وتمارين جماعية، حيث يعمل المشاركون على تطوير خطط والحلول المحتملة. راجعة التي تشجع على تبادل الخبرات وأفضل الممارسات بين يتم تخصيص وقت كافٍ ل الجلسات النقاشية المفتوحة عمل CRM تهدف إلى بناء قدرات عملية مستمرة وموجهة لضمان استيعاب المفاهيم وتطوير المتدربين والمدرّب. تقدم الدورة تغذية عملاء لا تُنسى، مما يمكن المشاركين من في التعامل مع العملاء، تحليل سلوك العملاء، وتصميم المهارات. هذه المنهجية ألاحقة في مؤسساتهم. CRM قيادة مبادرات تجارب

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

المتقدمة. الوحدة الأولى: أسس ومفاهيم إدارة علاقات العملاء



- الاستراتيجية في نمو الأعمال، فهم جوهر إدارة علاقات العملاء (CRM) وأهميتها
- الفرق بين CRM التشغيلي والتحليلي والتعاوني
- تطور مفاهيم CRM ودورها في تحسين تجربة العميل
- مكونات نظام CRM المتكامل ووظائفه الأساسية
- المؤسسي، ثقافة التوجه نحو العميل وأثرها على الأداء
- تحديات تطبيق CRM وكيفية التغلب عليها
- مقدمة في رحلة العميل وأهمية فهمها

الوحدة الثانية: تصميم وتحسين تجربة العميل (CX)

- مفهوم تجربة العميل (CX) وأبعادها الرئيسية
- التحسين، خرائط رحلة العميل: تحليل نقاط الاتصال وتحديد فرص
- أهمية الاستماع للعملاء وجمع ملاحظات العملاء
- (CES) أدوات قياس رضا العملاء وولاء العملاء (NPS, CSAT)
- تصميم تجارب عملاء مخصصة ومؤثرة
- دور التكنولوجيا في تحسين تجربة العميل
- معايير الجودة في خدمة العملاء

والاحتفاظ به، الوحدة الثالثة: استراتيجيات بناء ولاء العميل



- فهم أسباب ولاء العملاء وكيفية بنائه.
- تصميم وتنفيذ برامج مكافآت الولاء الفعالة.
- التغيير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتقليل معدل
- التعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص.
- أهمية التواصل المستمر والفعال مع العملاء.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- دور التسويق الشخصي في تعزيز الولاء.

القرارات الذكية. الوحدة الرابعة: تحليل بيانات العملاء واتخاذ

- مقدمة في تحليلات بيانات العملاء وأهميتها.
- مصادر بيانات العملاء وكيفية جمعها.
- أدوات تحليل سلوك العملاء وتجزئة السوق.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في CRM.
- كيفية تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
- توقع احتياجات العملاء المستقبلية.
- بناء نماذج تنبؤية لتحسين CRM.

الوحدة الخامسة: تنفيذ وإدارة أنظمة CRM بفعالية.

- اختيار نظام CRM المناسب لاحتياجات المؤسسة.
- مراحل تنفيذ CRM وأفضل الممارسات.
- تدريب الفرق على استخدام أنظمة CRM بفعالية.
- إدارة تكامل CRM مع الأنظمة الأخرى.
- مراقبة أداء CRM وتحسينه المستمر.
- التحديات الشائعة في تنفيذ CRM وحلولها.
- العملاء مستقبل CRM والاتجاهات الحديثة في تكنولوجيا



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:

عصر يتزايد فيه إدارة علاقات العملاء والحفاظ على اللمسة الإنسانية كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين أتمتة عمليات الاعتماد على التقنيات الرقمية؟ التي تعزز ولاء العملاء في

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



لإدارة علاقات العملاء بتركيزها العميق على الجوانب Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN بتبني نهجاً فريداً يركز على تزويد المشاركين بـ المتقدمة، مما يتجاوز مجرد تقديم المفاهيم النظرية. العملية والتطبيقية على كيفية توظيف CRM وبناء ولاء طويل الأمد. بدلاً من استعراض أدوات استراتيجيات قابلة للتطبيق لتحسين تجربة العميل وكيفية تصميم رحلة عميل سلسة وممتعة. نبرز أهمية العملاء لتحويلها إلى رؤى استراتيجية حقيقية، بيانات متعددة، نركز الدورة إلى تمكين احتياجاتهم، مع تقديم دراسات حالة واقعية وأمثلة التحليلات المتقدمة في فهم سلوك العملاء وتوقع خدمة العملاء وبناء علاقات المتدربين من تطوير خطط CRM مخصصة لمؤسساتهم، مع ملموسة من صناعات متنوعة. تهدف تحسين أداء العملاء ودفع عجلة النمو المستدام ذات قيمة تتخطى مجرد المعاملات، مما يجعلهم قادة التركيز على الابتكار في

في