



وولائهم الدورة التدريبية: بناء ثقافة تتمحور حول العميل: استراتيجيات مؤسسية لرضا العملاء

Ref: #CUS3777



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة





العمل، وكيفية صياغة التدريبية المتخصصة التي تتناول بعمق مفاهيم بناء يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة وولائهم الدائم. في عالم الأعمال اليوم، لم يعد وتطبيق استراتيجيات فعالة لضمان رضا العملاء ثقافة مؤسسية تتمحور حول تستكشف هذه أصبح التركيز على تجربة العميل الشاملة هو المحرك تقديم المنتجات والخدمات عالية الجودة كافيًا، بل ثقافة عميقة الجذور تتمحور حول العميل، الدورة التحول من النهج التقليدي المتمحورة حول الرئيسي للنمو والنجاح المستدام، وتصميم التي تؤثر على قرارات الشراء والولاء. نغوص في مع تسليط الضوء على الأبعاد النفسية والسلوكية المنتج إلى إلى إحداث تحول في طريقة تفكير نقاط الاتصال المؤثرة. تتجاوز الدورة مجرد تقديم تحليل آراء العملاء، وفهم رحلة العميل، الفكر في هذا المجال مثل البروفيسور جاغديش شيث المؤسسات حول عملائها. بالاعتماد على أفكار رواد الأدوات، بل تسعى كيفية دمج رضا العملاء ببحوثه حول سلوك المستهلك وإدارة علاقات العملاء، الذي أثرى أدبيات التسويق، (Jagdish Sheth) القرار الذين يسعون إلى تحقيق ميزة في صميم كل عملية وقرار مؤسسي. تستهدف الدورة تقدم الدورة رؤى حديثة حول وتفعيل مع عملائهم. نركز على كيفية تحليل بيانات العملاء، تنافسية مستدامة من خلال بناء علاقات قوية ودائمة القادة وصناع للعمل والمؤسسة على حد سواء، قنوات الاتصال الفعالة لضمان تحقيق أقصى قيمة وتطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء.



لأالفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو خدمة العملاء.
- مديرو التسويق والمبيعات.
- مديرو تجربة العميل.
- أخصائيو إدارة علاقات العملاء (CRM).
- القادة التنفيذيون ومديرو الأقسام.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- محللو الأعمال.
- مستشارو التحول المؤسسي.
- الموظفون المعنيون بتحسين رضا العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية والبنوك.
- صناعة التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- الرعاية الصحية والمستشفيات.
- التعليم والتدريب.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- الصناعات التحويلية.
- الشركات الاستشارية.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.
- المنظمات غير الربحية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة خدمة العملاء
- إدارة التسويق
- إدارة المبيعات
- إدارة العمليات
- الموارد البشرية
- إدارة الجودة
- إدارة المنتج
- إدارة التحول الرقمي
- الاستراتيجية والتخطيط

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم عميق لمفهوم الثقافة المتمحورة حول العميل
- تطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز رضا العملاء
- بناء برامج ولاء العملاء طويلة الأمد
- تحليل بيانات العملاء لاتخاذ قرارات مستنيرة
- تصميم رحلات عملاء مميزة
- إدارة توقعات العملاء بفعالية
- قياس وتحسين مؤشرات الأداء الرئيسية لرضا العملاء
- تحديد ومعالجة نقاط الضعف في تجربة العميل
- تطبيق أفضل الممارسات في خدمة العملاء
- تحويل ملاحظات العملاء إلى فرص للتحسين



منهجية الدورة التدريبية:

أقصى استفادة للمشاركين. التدريبية منهجية متكاملة تجمع بين النظرية يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة الأساسية والأطر النظرية حول بناء ثقافة تتمحور حول تبدأ الدورة بمحاضرات تفاعلية تُقدم المفاهيم والتطبيق العملي لضمان تُقدم أمثلة حية لمؤسسات والتحديات. يتم التركيز بشكل كبير على دراسات العميل، تليها جلسات نقاش مفتوحة لتبادل الخبرات تحليل حالات فشل لتعلم الدروس المستفادة. تُشجع نجحت في تطبيق هذه الاستراتيجيات، بالإضافة إلى الحالة الواقعية التي والتفكير النقدي. تطبيق المفاهيم المكتسبة في سياقات عملية، مما الأنشطة الجماعية والورش العملية المشاركين على العملاء الحقيقية، مما يُمكن المشاركين تُستخدم المحاكاة والسيناريوهات التفاعلية لمحاكاة يُعزز من مهارات حل المشكلات المتدربون ليس التغذية الراجعة الفورية والشخصية لضمان تطور من ممارسة مهاراتهم في بيئة آمنة. كما تُقدم مواقف خدمة عملهم، مما يُمكنهم من إحداث فقط المعرفة النظرية، بل أيضاً القدرة على تطبيقها الأداء. هذه المنهجية تضمن أن يكتسب تأثير إيجابي وملحوس على رضا العملاء وولائهم. بفعالية في بيئات

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



الوحدة الأولى: فهم الثقافة المتمحورة حول العميل

- مقدمة إلى مفهوم الثقافة المتمحورة حول العميل.
- التنافسية، أهمية التركيز على العميل في بيئة الأعمال
- العميل، التحول من التوجه نحو المنتج إلى التوجه نحو
- العناصر الأساسية لثقافة تتمحور حول العميل.
- دور القيادة في غرس هذه الثقافة.
- عليها، تحديات بناء ثقافة تتمحور حول العميل وكيفية التغلب
- أمثلة عالمية لمؤسسات رائدة في التركيز على العميل.

الوحدة الثانية: استراتيجيات رضا العملاء

- تحديد توقعات العملاء وتجاوزها.
- تصميم تجربة العميل (CX) الفعالة.
- أهمية كل نقطة اتصال في رحلة العميل.
- تقنيات الاستماع إلى صوت العميل (VoC).
- تحليل بيانات رضا العملاء وتفسيرها.
- التعامل مع شكاوى العملاء بفعالية.
- بناء الثقة والشفافية مع العملاء.

الوحدة الثالثة: بناء ولاء العملاء والاحتفاظ بهم



- مفهوم ولاء العملاء وأنواعه.
- أهمية برامج الولاء وتصميمها.
- استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ذوي القيمة العالية.
- تطوير علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- قياس ولاء العملاء (CSAT, NPS, CES).
- دور التواصل المستمر في تعزيز الولاء.
- تأثير الولاء على الأرباح والنمو المستدام.

القرارات الوحدة الرابعة: تحليل بيانات العملاء واتخاذ

- جمع بيانات العملاء من مصادر متعددة.
- أدوات وتقنيات تحليل بيانات العملاء.
- تجزئة العملاء بناءً على سلوكهم واحتياجاتهم.
- التنبؤ باحتياجات العملاء المستقبلية.
- استخدام التحليلات لتحسين تجربة العميل.
- حماية بيانات العملاء وخصوصيتهم.
- تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.

الوحدة الخامسة: تطبيق عملي ومشاريع تحول

- تطوير خطة عمل لبناء ثقافة تتمحور حول العميل.
- ورشة عمل حول تصميم رحلات عملاء مثالية.
- دراسات حالة متقدمة لمشكلات وتحديات واقعية.
- جلسات تفاعلية لتطبيق المهارات المكتسبة.
- تقييم الأداء ووضع مؤشرات النجاح.
- نصائح عملية للحفاظ على زخم التغيير.
- مشاركة أفضل الممارسات والدروس المستفادة.



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:

المعايير التي قصيرة الأجل والاستثمار في بناء علاقات عملاء طويلة كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين أهداف الربحية يمكن استخدامها لقياس هذا التوازن بفعالية؟ الأجل لضمان النمو المستدام، وما هي

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



المفاهيم النظرية فحسب، بل شمولياً وعميقاً في بناء ثقافة تتمحور حول العميل، تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديمها منهجاً بدلاً من مجرد سرد الأدوات، نغوص في جوهر تُركز بشكل مكثف على التطبيق العملي والرؤى القابلة فهي لا تقتصر على عرض ممزوج بأمثلة مستنيرة بأفضل الممارسات العالمية. تُصمم الدورة التحديات التي تواجه المؤسسات وتُقدم حلولاً عملية للتنفيذ. لتناسب سياقاتهم الخاصة. واقعية من صناعات متعددة، مما يُمكنهم من تكييف لتزويد المشاركين بفهم أكاديمي متين تحويل هذه المعرفة إلى استراتيجيات تُعزز من يتم التركيز على تحليل سلوك العملاء ودوافعهم، الاستراتيجيات المكتسبة تُشجع الدورة على تجربة العميل، وتحديد نقاط الضعف، وتصميم حلول رضاهم وولائهم. تُقدم إطاراً متكاملًا لتقييم وكيفية على البيانات، مما يُمكن المشاركين من قيادة التفكير النقدي وتطوير القدرة على اتخاذ قرارات مبتكرة تُحدث فرقاً حقيقياً. كما التغيير الإيجابي داخل مؤسساتهم مبنية