



بالعملاء الدورة التدريبية: خدمات ما بعد البيع المتقدمة: استراتيجيات بناء الولاء والاحتفاظ

Ref: #CUS8964



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

أساسية لبناء ولاء رؤى معمقة حول أهمية BIG BEN Training Center تقدم هذه الدورة التدريبية الشاملة التي يقدمها الحالي. في عالم يزداد فيه الاعتماد على العملاء وتعزيز الاحتفاظ بهم في مشهد الأعمال خدمات ما بعد البيع كركيزة البرنامج التدريبي لم يعد تقديم المنتجات والخدمات كافياً لضمان التقنيات الرقمية وتتغير توقعات العملاء باستمرار التنافسي تتجاوز مجرد إتقان الصفة، مع التركيز استراتيجيات حديثة ومبتكرة لتقديم تجربة عملاء النجاح طويل الأمد. يستكشف هذا مجال إدارة الاتصال المختلفة لتعزيز الرضا والولاء. يستند على فهم عميق لدورة حياة العميل وكيفية تفعيل نقاط استثنائية هذا المجال مثل البروفيسور علاقات العملاء وخدمات ما بعد البيع، ويستلهم من المحتوى إلى أحدث الأبحاث والدراسات في إسهامات قيمة في نظريات سلوك المستهلك وإدارة ، الذي قدم (agdish N. Sheth) إغاغديش إن. شيت (أعمال رواد الفكر في إلى تطوير مهاراتهم إلى فرص، وكيفية استخدام التكنولوجيا لتحسين التسويق. يتعلم المشاركون كيفية تحويل التحديات إلى تزويد المشاركين بالأدوات والمعارف في حل المشكلات وتقديم الدعم الاستباقي. تهدف التفاعل مع العملاء، بالإضافة ومربحة مع العملاء التي لا تلبي توقعات العملاء فحسب، بل تتجاوزها اللازمة لتصميم وتنفيذ برامج خدمات ما بعد البيع الدورة لخلق علاقات دائمة



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو خدمة العملاء
- مشرفو فرق الدعم الفني
- مسؤولو إدارة علاقات العملاء
- العملاء أخصائيو التسويق والمبيعات الراغبون في تعزيز ولاء
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة
- مديرو العمليات
- الموظفون في أقسام الدعم والمساندة

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات
- القطاع المصرفي والخدمات المالية
- قطاع الضيافة والسياحة
- الرعاية الصحية
- القطاع العقاري
- القطاع الحكومي والهيئات العامة
- صناعة السيارات
- قطاع الخدمات اللوجستية والنقل
- صناعة البرمجيات وتطوير التطبيقات

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة العمليات.
- إدارة علاقات العملاء.
- إدارة الجودة.
- الموظفين على مهارات التواصل والتعامل مع العملاء. الموارد البشرية (خاصة الأقسام المعنية بتدريب ملاحظات ما بعد البيع). قسم البحث والتطوير (لتحسين المنتجات بناءً على

أهداف الدورة التدريبية:

- أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد
- تضمن ولاء العملاء. تصميم استراتيجيات متكاملة لخدمات ما بعد البيع
 - وتقديم تجارب استثنائية. تطبيق أفضل الممارسات في إدارة توقعات العملاء
 - جودة الخدمة. استخدام أدوات وتقنيات تحليل بيانات العملاء لتحسين
 - التراجع. تطوير برامج احتفاظ بالعملاء فعالة تقلل من معدلات
 - لتحسين الخدمة. التعامل بفعالية مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص
 - التواصل وحل المشكلات. بناء فرق عمل متميزة في خدمة العملاء تتمتع بمهارات
 - البيع. قياس وتحليل مؤشرات الأداء الرئيسية لخدمات ما بعد
 - لتحسين الكفاءة. دمج التقنيات الرقمية في تقديم خدمات ما بعد البيع
 - ونمو الأعمال. فهم التأثير الاقتصادي لولاء العملاء على الربحية
 - مؤسساتهم. تطوير خطط عمل تنفيذية لتحسين خدمة ما بعد البيع في

منهجية الدورة التدريبية:



أقصى استفادة التدريبية على منهجية تعليمية تفاعلية وشاملة، تجمع يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة تليها دراسات حالة واقعية من للمشاركين. تبدأ كل وحدة بمقدمة نظرية تشرح بين النظرية والتطبيق العملي لضمان التي بالتحديات العملية. يتم تشجيع المشاركين على شركات عالمية ومحلية لربط المحتوى النظري المفاهيم الأساسية، وورش عمل مكثفة لتطبيق تهدف إلى تبادل الخبرات ووجهات النظر المختلفة. المشاركة الفعالة من خلال المناقشات الجماعية حل مشكلات محددة وتطوير استراتيجيات المهارات المكتسبة، حيث يعمل المشاركون في مجموعات تُخصص جلسات تفاعلية تطوير التفكير بناءً ومستمرة من المدربين الخبراء لتعزيز التعلم عملية لخدمات ما بعد البيع. يتم توفير تغذية راجعة صغيرة على بيانات العملاء وتطبيقها في تحسين النقدي ومهارات حل المشكلات، بالإضافة إلى تعزيز وتحسين الأداء. تركز المنهجية على ومفاهيمها لضمان أن المحتوى مواكب لأحدث التطورات تجربة ما بعد البيع. يتم استخدام محركات البحث القدرة على تحليل فوراً في بيئات عملهم المشاركين بالثقة والمعرفة اللازمة لتطبيق ما في هذا المجال. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد تعلموه

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

وأهميتها الاستراتيجية الوحدة الأولى: أساسيات خدمات ما بعد البيع



- بناء الولاء: المفاهيم الأساسية لخدمات ما بعد البيع ودورها في
- تجربة العميل: التحول من التركيز على المنتج إلى التركيز على
- والنمو: التأثير الاقتصادي لخدمات ما بعد البيع على الربحية
- مكونات دورة حياة العميل وأهمية كل مرحلة: ١
- البيع: الفرق بين خدمة العملاء والدعم الفني وخدمات ما بعد
- أهمية التغذية الراجعة من العملاء في تحسين الخدمة: ١
- بعد البيع الحالية: التحليلات الأولية لتحديد نقاط الضعف في خدمات ما

والاحتفاظ بهم الوحدة الثانية: استراتيجيات بناء ولاء العملاء

- فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم المتغيرة: ١
- تصميم برامج ولاء فعالة تعزز الاحتفاظ بالعملاء: ١
- وتحويلهم إلى مؤيدي: استراتيجيات التعامل مع العملاء غير الراضين
- أهمية التواصل المستمر والفعال مع العملاء: ١
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء من خلال الثقة: ١
- دور التخصيص في تعزيز تجربة العميل: ١
- دراسة حالات ناجحة في بناء ولاء العملاء: ١

سياق خدمات ما بعد البيع الوحدة الثالثة: إدارة تجربة العملاء (CX) في

- مفهوم تجربة العملاء وكيفية قياسها: ١
- تحديد نقاط الاتصال الرئيسية للعملاء بعد البيع: ١
- تصميم رحلة العميل المثالية لخدمات ما بعد البيع: ١
- استخدام التكنولوجيا لتحسين تجربة العملاء: ١
- دور الموظفين في تقديم تجربة عملاء استثنائية: ١
- تحليل رضا العملاء وقياس مؤشرات الأداء الرئيسية: ١
- استراتيجيات معالجة شكاوى العملاء بفعالية: ١



بعد البيع الوحدة الرابعة: التكنولوجيا والابتكار في خدمات ما

- الخدمة: نظم إدارة علاقات العملاء (CRM) ودورها في تحسين
- التنبؤ: استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في الدعم
- الروبوتات والمحادثات الآلية في تقديم الدعم السريع.
- تحليل البيانات الضخمة لتحسين فهم سلوك العملاء.
- الكفاءة: أتمتة العمليات في خدمات ما بعد البيع لزيادة
- قنوات الاتصال المتعددة (Omnichannel) وتكاملها.
- بعد البيع: أمن المعلومات وحماية بيانات العملاء في بيئة ما

بعد البيع الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير فرق خدمات ما

- بعد البيع: تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لخدمات ما
- أدوات وتقنيات قياس رضا العملاء وولائهم.
- العملاء: تصميم برامج تدريب وتطوير مستمرة لفرق خدمة
- تحفيز فرق العمل وتعزيز بيئة عمل إيجابية.
- إدارة التغيير في أقسام خدمات ما بعد البيع.
- المراجعة: التعلم المستمر وتحسين الأداء بناءً على التغذية
- صياغة خطة عمل لتحسين خدمات ما بعد البيع.

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:

المستقبليين؟ إلى فرصة لإعادة تعريف ولاء مئات العملاء كيف يمكن لشركتك تحويل الشكوى الواحدة من العميل

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



العملاء. نركز على تمكين وعميقة لخدمات ما بعد البيع، متجاوزة المفاهيم تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديم رؤية شاملة بناء ولاء العملاء والاحتفاظ بهم في العصر الرقمي. المشاركون من فهم التحديات الحالية والمستقبلية في التقليدية لخدمة المباشرة، مما يضمن اكتساب الأكاديمية الرصينة من رواد الفكر في هذا المجال المحتوى مصمم بعناية ليجمع بين النظريات مما عملهم. نقدم أمثلة واقعية ودراسات حالة تفصيلية المشاركون لمهارات قابلة للتطبيق فوراً في بيئات والتطبيقات العملية إلى ذلك، تركز الدورة على يمكن المشاركين من التعلم من تجارب الآخرين وتجنب تسلط الضوء على استراتيجيات ناجحة وفاشلة، والذكاء الاصطناعي، وكيفية استخدامها لتعزيز كفاءة الأدوات والتقنيات المبتكرة، مثل تحليل البيانات الأخطاء الشائعة. إضافة فهماً عميقاً للمادة وأن التفاعلية التي تشمل ورش العمل والمناقشات الجماعية وفعالية خدمات ما بعد البيع. تضمن منهجيتنا الاستراتيجية في هذا المجال الحيوي. نسعى لتزويد يطوروا قدراتهم على حل المشكلات واتخاذ القرارات أن يكتسب المشاركون مؤسساتهم قيادة التحول في أقسام خدمات ما بعد البيع داخل المتدربين بأسس علمية متينة ورؤى عملية تمكنهم من