



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

إدارة علاقات العملاء

Course Introduction

يهدف هذا البرنامج التدريبي المتكامل نحو تمكين المشاركين من تعزيز قدرتهم ومهاراتهم على إدارة خدمة العملاء في المؤسسة، من خلال الاطلاع على أحدث استراتيجيات التميز في تقديم الخدمة وتعزيز مهارات التحليل المتكامل لديهم، بهدف تطوير ثقافة مؤسسية شاملة قائمة على الوصول إلى رضا العميل وزيادة ولاؤه، مع انعكاس بالإيجاب على تطور ونمو أعمال المؤسسة بشكل مستدام.

منهجية البرنامج التدريبي

تجمع المنهجية المستخدمة في هذا البرنامج التدريبي بين المعرفة النظرية والممارسة العملية بالإضافة إلى ذلك، يتم تقديم تقرير. (معرفة نظرية / 70% أنشطة عملية 30%) للمشاركين مفصل لكل متدرب ولقسم التدريب في المؤسسة، وبحيث يشتمل هذا التقرير على نتائج أداء المتدرب والعائد من التدريب. يركز هذا البرنامج أيضًا على مجموعة متنوعة من التمارين ودراسات الحالة والعروض التقديمية الفردية والجماعية.

Target Audience

- الإدارات العليا في المؤسسات
- رؤساء الأقسام
- مديري وموظفي إدارة خدمة العملاء
- وكل محترف يرغب في إتقان تطبيق استراتيجيات تحسين خدمة العملاء المتطورة بشكل متكامل يساهم في تعزيز أداء الأعمال.

Learning Objectives

- التعرف على مفهوم وأهمية إدارة خدمة العملاء في تعزيز الأهداف البيعية والتسويقية للمؤسسة.

- الاطلاع على وظائف إدارة علاقات العملاء.
- إتقان التعامل مع استراتيجيات التخطيط الفعال لإدارة علاقات العملاء.
- إتقان تحليل سمات العملاء وتوقعاتهم.
- تطوير ثقافة مؤسسية قائمة على التركيز على العميل.
- استخدام التكنولوجيا في تعزيز أداء خدمة العملاء بالمؤسسة.
- تطوير استراتيجيات متكاملة تسهم في الوصول لرضا وولاء العميل.

Course Outline

• DAY 01

• مفهوم إدارة علاقات العملاء.

- أهمية إدارة علاقات العملاء في تعزيز الأهداف البيعية والتسويقية للمؤسسة.
- وظائف إدارة علاقات العملاء.
- طبيعة العلاقة المتبادلة بين العميل والمؤسسة.
- استراتيجيات التخطيط الفعال لإدارة علاقات العملاء.
- دراسة حالات.
- تطبيق عملي.

• Day 02

• الفارق بين التركيز التقليدي والشمولي في إدارة علاقات العملاء.

- المعوقات التي تواجه تقديم خدمة عملاء فعالة.
- أدوات إدارة علاقات العملاء.
- مخاطر تنفيذ إدارة علاقات العملاء.
- دراسة حالات.

• Day 03

• تحليل سمات العملاء وتوقعاتهم.

- تحديد العناصر العاطفية التي سيتم استخدامها للتواصل مع العميل.
- استراتيجيات التخطيط لرحلة العميل.
- تطوير ثقافة مؤسسية قائمة على التركيز على العميل.
- أبرز الممارسات في إدارة توقعات العملاء بشكل مثالي.

- تطوير التجربة الرقمية للعميل (الموقع الإلكتروني والتسوق الرقمي).
- دراسة حالات.

• Day 04

تحليل الخدمة المقدمة ومقدار احتياج العميل لها.

- تحديد نقاط قوة وضعف الخدمة المقدمة.
- استراتيجيات تطوير ميزة تنافسية تتناسب مع سمات العميل المثالي للمؤسسة.
- صفات الجودة المميزة للخدمة.
- مضاعفة القيمة المضافة للخدمة.
- نصائح لتطوير استراتيجيات متكاملة تسهم في النجاح في تقديم الخدمة.
- دراسة حالات.

• Day 05

استراتيجيات قياس رضا العملاء عن الخدمة المقدمة.

- نموذج رضا العميل.
- معوقات الحصول على رضا العميل.
- نموذج القيمة المرغوبة للعميل.
- ميكنة خدمة العملاء.
- تطوير مؤشرات أداء لقياس خدمة العملاء في المؤسسة.
- استراتيجيات تعزيز أداء فريق خدمة العملاء.
- ورشة عمل تطبيقية.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
April 7, 2025	April 11, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai
Oct. 5, 2025	Oct. 9, 2025	5 days	4250.00 \$	Egypt - Cairo
July 7, 2025	July 11, 2025	5 days	4950.00 \$	England - London

