



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

البرنامج المتكامل في إدارة علاقات العملاء (CRM)

Course Introduction

يهدف هذا البرنامج التدريبي المتكامل إلى صقل مهارات موظفي خدمة العملاء وتمكينهم من تقديم تجربة استثنائية للعملاء. وذلك من خلال تسليحهم بأحدث استراتيجيات التميز في خدمة العملاء، وتطوير مهاراتهم التحليلية، وتعزيز ثقافة مؤسسية تضع رضا العميل على رأس أولوياتها.

Target Audience

- موظفو خدمة العملاء على جميع المستويات
- المسؤولون عن إدارة خدمة العملاء

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

(CRM): مقدمة إلى إدارة علاقات العملاء

- مفهوم وأهمية إدارة علاقات العملاء.
- وظائف إدارة علاقات العملاء.
- الفرق بين التركيز التقليدي والشمولي في إدارة علاقات العملاء.

أدوات إدارة علاقات العملاء

- عرض لأهم أدوات إدارة علاقات العملاء.
- شرح وظائف كل أداة وكيفية استخدامها.

دراسة حالات:

- تحليل أمثلة ناجحة لتنفيذ إدارة علاقات العملاء في شركات مختلفة.
- مناقشة التحديات التي واجهتها هذه الشركات والحلول التي اتخذتها.

• Day 02

التخطيط الفعال لإدارة علاقات العملاء

- استراتيجيات التخطيط لإدارة علاقات العملاء.
- خطوات وضع خطة إدارة علاقات العملاء.

استراتيجيات تطوير فريق إدارة علاقات العملاء

- مهارات وخصائص أفراد فريق إدارة علاقات العملاء الناجح.
- خطط تدريب وتطوير فريق إدارة علاقات العملاء.

:تحليل السوق

- تحليل العملاء: فهم احتياجاتهم وتوقعاتهم
- تحليل المنافسين: تقييم نقاط قوتهم وضعفهم
- تحليل السوق: تحديد الفرص والتحديات

• Day 03

:تطوير استراتيجيات تنافسية

- تحديد ميزة تنافسية تتناسب مع سمات العميل المثالي للمؤسسة
- تحليل نقاط القوة والضعف للمنتج/الخدمة المقدمة
- تطوير استراتيجيات لتحسين نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة

:جودة الخدمة

- صفات الجودة المميزة للخدمة
- مضاعفة القيمة المضافة للخدمة
- نصائح لتطوير استراتيجيات متكاملة تسهم في النجاح في تقديم الخدمة

• Day 04

:تخطيط رحلة العميل وإدارة توقعاته

- تحليل خصائص العملاء وتوقعاتهم
- تحديد العميل المثالي الخاص بك
- استراتيجيات تخطيط رحلة العميل

:تواصل فعال مع العملاء

- تحديد العناصر العاطفية التي سيتم استخدامها للتواصل مع العميل
- التخطيط لتفاعلات العملاء
- تطوير ثقافة مؤسسية قائمة على التركيز على العميل

:أفضل الممارسات في إدارة توقعات العملاء

- تحديد توقعات العملاء بوضوح

• Day 05

:ممكنة خدمة العملاء

- استخدام أدوات أتمتة خدمة العملاء لتحسين الكفاءة.
- توفير خدمة عملاء ذاتية الخدمة.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين خدمة العملاء.

:قياس رضا العملاء

- استراتيجيات قياس رضا العملاء عن الخدمة المقدمة.
- معوقات الحصول على رضا العميل.
- تطوير مؤشرات أداء لقياس خدمة العملاء في المؤسسة.
- استراتيجيات تعزيز أداء فريق خدمة العملاء.
- ورشة عمل تطبيقية على جميع محاور البرنامج التدريبي.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
June 23, 2025	June 27, 2025	5 days	5950.00 \$	switzerland - Geneva
Sept. 29, 2025	Oct. 3, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai
Dec. 7, 2025	Dec. 11, 2025	5 days	4250.00 \$	KSA - Jeddah