

€ TRAINING

إستراتيجيات إدارة العملاء والحفاظ على ولائهم

10 - 14 نوفمبر 2024
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



إستراتيجيات إدارة العملاء والحفاظ على ولائهم

رمز الدورة: B798 تاريخ الإنعقاد: 10 - 14 نوفمبر 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

يستعرض هذا البرنامج التدريبي طرقاً مبتكرة لفهم العملاء واستراتيجيات السوق التي تعزز التفاعل الفعال وتحقيق النجاح التجاري. حيث يتناول البرنامج كيفية تحليل احتياجات العملاء وتوقعاتهم، وتطبيق استراتيجيات السوق بشكل فعال من خلال استخدام سيكولوجية التأثير والإقناع. كما يركز على تحسين مهارات التواصل وبناء العلاقات، إضافة إلى استراتيجيات التحسين المستمر والحفاظ على العملاء وتعزيز ولائهم.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل احتياجات العملاء بفعالية لتقديم خدمات متميزة تلبى توقعاتهم.
- بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء لتعزيز رضاهم وزيادة ولائهم.
- تقديم قيمة مضافة للعملاء من خلال استراتيجيات مبتكرة ومستمرة.
- تطوير استراتيجيات تفاعل مستمر مع العملاء لضمان استمراريتهم وتعزيز تجربتهم.
- تقييم وتحسين استراتيجيات إدارة العملاء لضمان تحقيق نمو مستدام وبناء سمعة قوية في السوق.

الفئات المستهدفة:

- مديرو خدمة العملاء.
- ممثلو المبيعات.
- مديرو العلاقات العامة.
- مديرو التسويق.
- مديرو المشاريع.
- موظفو إدارة خدمة العملاء.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

فهم العميل واستراتيجيات السوق:

- تحليل احتياجات العميل وتوقعاته.
- استراتيجيات تقسيم وتجزء السوق.
- استراتيجيات تنمية حسابات العملاء.
- تطوير شخصية العميل Persona Client وفهم أنواع العملاء.
- صياغة قيمة مقترحة مقنعة.

الوحدة الثانية:

سيكولوجية التأثير والإقناع:

- مبادئ سيكولوجية التأثير في التسويق.
- تطبيق قانون التبادل في التأثير التسويقي.
- استخدام قانون التباين والإقناع التسويقي.

- الاستفادة من قانون الالتزام والاستمرارية.
- قوة البرهان الاجتماعي واستخدام قانون الندرية.

الوحدة الثالثة:

التواصل وبناء العلاقات:

- أساسيات التواصل الفعال لبناء المصداقية.
- التعامل مع معوقات الاتصال.
- أساليب جذب الانتباه والتواصل المقنع.
- اختيار الرسالة المناسبة ووسيلة التواصل.
- تطوير استراتيجيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني.

الوحدة الرابعة:

التحسين المستمر والتخطيط الاستراتيجي:

- تطوير قيمة مدركة مقنعة.
- أدوات وأساليب التحسين المستمر.
- تقنيات حل المشكلات المتوقعة.
- تعزيز الإبداع والابتكار.
- استراتيجيات للتخطيط والتنفيذ بعد العودة.

الوحدة الخامسة:

الحفاظ على العملاء وتعزيز الولاء:

- دراسة حالات واقعية حول الحفاظ على العملاء.
- فهم اقتصاديات ولاء العملاء وتأثيره على سمعة الشركات.
- تحليل مفهوم ولاء العميل واستراتيجيات الاستفادة من الوضع الراهن.
- أساليب وطرق تحويل المشاكل إلى فرص.
- بناء المصداقية من خلال تقديم قيمة وجودة متميزة.