

# € TRAINING

استراتيجيات التركيز على العميل في البيئة التنافسية الحديثة

4 - 8 مايو 2025  
القاهرة (مصر)



## استراتيجيات التركيز على العميل في البيئة التنافسية الحديثة

رمز الدورة: B1271 تاريخ الانعقاد: 4 - 8 مايو 2025 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - التكلفة: 3520 يورو

### مقدمة عن البرنامج التدريبي:

هذا برنامج مصمم لتمكين المشاركين من تطوير استراتيجيات فعالة للتفاعل مع العملاء في السوق الحديثة التنافسية. يهدف البرنامج إلى تزويد المشاركين بالمهارات والأدوات اللازمة لفهم احتياجات العملاء، وبناء علاقات تفاعلية قوية، وتقديم خدمات عالية الجودة.

### أهداف البرنامج التدريبي:

#### في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أساسيات التركيز على العميل في البيئة التنافسية الحديثة.
- تعلم استراتيجيات تحليل احتياجات العملاء وتقديم الحلول الملائمة.
- تطوير مهارات التواصل وبناء العلاقات مع العملاء.
- استخدام التقنيات الحديثة في خدمة العملاء وتحليل البيانات.
- تطبيق استراتيجيات التركيز على العميل في بيئة تنافسية لتحقيق التميز التنافسي.

### الفئات المستهدفة:

- مدراء خدمة العملاء وموظفي الدعم الفني.
- مديري المبيعات وفرق التسويق.
- مسؤولي تطوير الأعمال والعلاقات العامة.
- أي شخص يعمل في مجال يتطلب التفاعل المباشر مع العملاء.

### محاور البرنامج التدريبي:

#### الوحدة الأولى

#### فهم احتياجات العملاء في البيئة التنافسية الحديثة:

- تحليل اتجاهات السوق وتغيرات احتياجات العملاء.
- استخدام أدوات البحث والتحليل لفهم السلوكيات الشرائية.

#### الوحدة الثانية

#### بناء علاقات قوية مع العملاء:

- تطوير مهارات التواصل الفعال والاستماع الفعّال.
- تقديم خدمة عملاء ممتازة ومخصصة لكل عميل.

#### الوحدة الثالثة

#### استخدام التقنيات الحديثة في خدمة العملاء:

- استغلال التكنولوجيا لتحسين تجربة العملاء.
- تحليل البيانات لفهم الاتجاهات وتقديم الخدمات الملائمة.

## الوحدة الرابعة

### تحقيق التميز التنافسي من خلال التركيز على العميل:

- تطبيق استراتيجيات التسويق التي تركز على القيمة للعملاء.
- تطوير خطط عمل تنافسية تركز على تحقيق رضا العميل.

## الوحدة الخامسة

### قياس وتقييم الأداء والتحسين المستمر:

- إنشاء مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس جودة الخدمة.
- تطبيق دورات التحسين المستمر لضمان استمرارية التطوير والتحسين.