



**التدريبية: قياس رضا العملاء عن الجودة  
لتعزيز تجربة العملاء ونجاح الأعمال الدورة  
وولائهم**



**يونيو ٢٠٢٦ - ٠٨**



**لندن**

**(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠**

**Ref: #QUA8019\_385316**



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



وفهم ولائهم أصبحا المنتجات أو الخدمات عالية الجودة كافيًا بحد ذاته. في بيئة الأعمال التنافسية اليوم، لم يعد تقديم تُعد القدرة على تحليل وتقييم تجربة من أهم المؤشرات الرئيسية لنجاح أي مؤسسة إن قياس رضا العملاء عن الجودة المتخصصة المفتاح لبناء علاقات قوية وتحقيق النمو المستمر. العميل، وتحويل رضاهم إلى ولاء طويل الأجل، هي واستدامتها. برامج ولاء قوية. ستتعمق التي تُمكن المؤسسات من تطوير استراتيجيات فعالة يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة رضا الخدمة، وتأثيرها على الأداء العالي. سيتعلم الدورة في مفاهيم رضا العملاء، الولاء، جودة لقياس رضا العملاء، وبناء بناء برامج ولاء مجزية، والتعامل العملاء، استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم المشاركون كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات أهمية صوت العميل (Voice of the Customer) ودور مع شكاوى العملاء بفاعلية. تُسلط الدورة الضوء على سلوكيات العملاء، زيادة معدلات الاحتفاظ بهم، البرنامج التدريبي مصمم لتمكين المهنيين من تحسين التكنولوجيا في تعزيز تجربة العميل. إن هذا استثنائية. تستند الدورة إلى أعمال خبراء في إدارة وتحقيق ميزة تنافسية من خلال تقديم تجارب عملاء العلاقة مع العملاء، في "Management يُعد أحد رواد التسويق الحديث، وكتابه "Marketing علاقات العملاء والجودة مثل Philip Kotler ، الذي استراتيجيات الأعمال. يُقدم رؤى قيمة حول أهمية العميل



## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء خدمة العملاء.
- مدراء الجودة.
- مدراء التسويق.
- مدراء المبيعات.
- مدراء المنتجات.
- أخصائيو تجربة العملاء (CX).
- محللو الأعمال.
- مدراء علاقات العملاء (CRM).
- أصحاب الأعمال.
- أي شخص معني بتحسين رضا العملاء وولائهم.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الخدمات المالية والمصرفية.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الاتصالات.
- الضيافة والسياحة.
- الرعاية الصحية.
- التصنيع (العلاقة مع العملاء B2B).
- الخدمات المهنية (استشارات، تدريب).
- القطاع الحكومي (جودة الخدمات المقدمة للمواطنين).
- شركات البرمجيات والتكنولوجيا.
- قطاع السيارات.



## الأقسام المؤسسة المستهدفة:

- خدمة العملاء.
- التسويق.
- المبيعات.
- إدارة الجودة.
- البحث والتطوير.
- العمليات.
- الاستراتيجية.
- الموارد البشرية (تدريب الموظفين على خدمة العملاء).
- تكنولوجيا المعلومات (أنظمة CRM).
- التحليلات والبيانات.

## أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد



- فهم المفاهيم الأساسية لرضا العملاء وولائهم.
- تحديد العوامل المؤثرة في تجربة العميل.
- تصميم وتنفيذ استبيانات فعالة لقياس رضا العملاء.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوكيات العملاء.
- تطوير استراتيجيات لتحويل رضا العملاء إلى ولاء.
- بناء برامج ولاء العملاء وإدارة علاقاتهم.
- التعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص.
- العملاء. تحسين جودة المنتجات والخدمات بناءً على ملاحظات
- العملاء. قياس العائد على الاستثمار (ROI) لمبادرات رضا
- بناء ثقافة مؤسسية تُركز على العميل.

## منهجية الدورة التدريبية:



لقياس رضا منهجية تدريبية تفاعلية وتطبيقية، تركز على تزويد يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة على التي تُعطي أحدث النظريات والمفاهيم في العملاء وبناء ولائهم. تُقدم الدورة مزيجاً من المشاركين بالمهارات العملية اللازمة من تصميم حالة واقعية لشركات نجحت في بناء ولاء العملاء، إدارة علاقات العملاء والجودة، بالإضافة إلى دراسات المحاضرات المشاركون كيفية استخدام مؤشرات استبيانات قياس الرضا، وتحليل البيانات المتعلقة وورش عمل تطبيقية تُمكن المشاركين (CES)، ومؤشر جهد العميل (CSAT)، درجة رضا العملاء (NPS) الأداء الرئيسية (KPIs) مثل صافي نقاط الترويج بالعملاء. سيتعلم استراتيجيات مُخصصة لتعزيز ولاء المفتوحة، وتمارين حل المشكلات لتعزيز الفهم وتنمية يتم تشجيع العمل الجماعي، المناقشات لضمان الفعال، التفكير التحليلي، والابتكار في خدمة العملاء. تُركز الدورة على تنمية مهارات الاستماع القدرة على تطوير نمو الأعمال وتحقيق الأهداف قدرة المتدربين على بناء علاقات قوية مع العملاء العملاء. تُقدم تغذية راجعة فردية وجماعية العملاء. يتمكن المهنيين من أن يكونوا رواداً في تجربة الاستراتيجية. يلتزم BIG BEN Training Center أن يساهم في

## **خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):**

### **الخدمة. الوحدة الأولى: فهم رضا العملاء وولائهم وجودة**



- مفاهيم رضا العملاء وأهميته للأعمال.
- تعريف الولاء وأنواع العملاء الولاء.
- جودة الخدمة وأبعادها الرئيسية.
- الرابط بين رضا العملاء، جودة الخدمة، والولاء.
- تأثير رضا العملاء على الربحية والنمو.
- توقعات العملاء وكيفية إدارتها.
- مقدمة إلى رحلة العميل (Customer Journey).

## الوحدة الثانية: أساليب وأدوات قياس رضا العملاء.

- تركيز). أنواع استبيانات رضا العملاء (مسح، مقابلة، مجموعات
- تصميم أسئلة استبيان فعالة.
- شخصياً). منهجيات جمع البيانات (عبر الإنترنت، هاتفياً،
- مقاييس رضا العملاء الشائعة (CSAT, NPS, CES).
- تحليل صوت العميل (Voice of the Customer).
- أدوات تحليل البيانات الكمية والنوعية.
- التعامل مع البيانات السلبية والشكاوى.

## القرارات. الوحدة الثالثة: تحليل بيانات العملاء واتخاذ

- تفسير نتائج استبيانات الرضا.
- تحديد الأسباب الجذرية لعدم الرضا.
- الرضا والولاء. تقسيم العملاء (Customer Segmentation) بناءً على
- (Prediction) تحديد العملاء المعرضين للمغادرة (Churn).
- استخدام البيانات لتحسين المنتجات والخدمات.
- تطوير تقارير وتحليلات دورية.
- تأثير البيانات على اتخاذ القرارات الاستراتيجية.



## الوحدة الرابعة: بناء برامج ولاء العملاء الفعالة.

- مبادئ تصميم برامج الولاء.
- أنواع برامج الولاء (نقاط، مستويات، مكافآت).
- تخصيص تجربة العميل.
- بناء العلاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- التواصل المستمر مع العملاء.
- (Retention) استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء (Customer).
- قيمة عمر العميل (Customer Lifetime Value - CLTV).

## النجاح. الوحدة الخامسة: تحسين تجربة العملاء واستراتيجيات

- تحسين نقاط الاتصال (Touchpoints) في رحلة العميل.
- دور الموظفين في تقديم خدمة عملاء ممتازة.
- أهمية الاستماع للعميل والاستجابة له.
- استخدام التكنولوجيا (AI, CRM) لتعزيز تجربة العميل.
- قياس العائد على الاستثمار في مبادرات تجربة العميل.
- بناء ثقافة مُركزة على العميل داخل المؤسسة.
- مستقبل رضا العملاء وولائهم.

## 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:

الأصيل سيظل هو للآلات أن تُولد الولاء العاطفي لدى العملاء بنفس في عصر الذكاء الاصطناعي والأتمتة الشاملة، هل يمكن الولاء الحقيقي؟ العنصر الحاسم في بناء علاقات طويلة الأمد وضمان قدر البشر، أم أن التفاعل البشري

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



عن الدورات التي بتركيزها الشامل والعملي على قياس رضا العملاء عن تتميز هذه الدورة من BIG BEN Training Center فريداً يُدمج أحدث النظريات في قد تركز على التسويق أو خدمة العملاء فقط. نحن نقدم الجودة وولائهم، مما يجعلها مختلفة بيانات العملاء العملاء. ما يميز هذه الدورة هو تزويد المشاركين جودة الخدمة مع التطبيقات العملية لبناء ولاء منهجاً تعليمياً من تجربة العميل. من خلال ورش العمل بفعالية\*\*، وتحويل الرؤى إلى استراتيجيات قابلة بالأدوات والمنهجيات اللازمة لتحليل مما يساهم في زيادة المتدربون كيفية بناء برامج ولاء مجزية وإدارة التطبيقية ودراسات الحالة الواقعية، سيتعلم للتنفيذ تُعزز للأعمال. إنها لا تكتفي بتقديم المفاهيم، بل تُعد معدلات الاحتفاظ بالعملاء وتحقيق نمو مستدام علاقات العملاء بفاعلية، على إحداث تأثير مباشر في سمعة المؤسسة وربحيتها. المشاركين ليكونوا خبراء في تجربة العملاء، قادرين