الدورة التدريبية: سيكولوجية العميل المتقدمة - فهم الدوافع الجوهرية لبناء علاقات عميقة ومستدامة



29 نوفمبر - 03 ديسمبر 2026
عمان
3800 € (للشخص الواحد)
Ref: #CUS1208_410136

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد هذه الدورة التدريبية خطوة متقدمة نحو فهم أعمق لعقلية العميل، بما يتجاوز التحليلات السطحية لسلوكه الظاهر. في عالم الأعمال سريع التغير، لم يعد كافيًا مجرد تقديم المنتجات والخدمات؛ بل أصبح النجاح مرهونًا بالقدرة على فهم الدوافع الأساسية، والتطلعات غير المعلنة، والاحتياجات العميقة التي تُشكل قرارات العملاء. تُقدم هذه الدورة منظورًا فريدًا يجمع بين علم النفس، والسلوك التنظيمي، والتسويق الحديث، لتزويد المشاركين بالأدوات والمعارف اللازمة لفك شفرات سلوك المستهلكين. سنستكشف كيف تتأثر القرارات الشرائية بالعوامل العاطفية، والمعرفية، والاجتماعية، وكيف يمكن للمؤسسات أن تستفيد من هذه الرؤى لبناء استراتيجيات أكثر فعالية. يُعنى BIG BEN Training Center بتقديم أحدث المعارف في هذا المجال، ويُسلط الضوء على أهمية تحليل دوافع العملاء وبناء علاقات عميقة مع العملاء. تُعتبر أبحاث شخصيات مثل دانيال كانمان (Daniel Kahneman)، الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد لعمله الرائد في الاقتصاد السلوكي، مرجعًا أساسيًا في فهم كيفية اتخاذ الأفراد لقراراتهم، وكيف تؤثر التحيزات المعرفية على سلوكهم الشرائي، وهو ما سنستعرضه في سياق فهم سلوك العميل. تركز الدورة على توفير فهم شامل لعلم نفس المستهلك وكيفية توظيفه لتعزيز ولاء العميل وتخصيص تجربة العميل. من خلال هذه الدورة، ستكتسبون المهارات اللازمة للتنبؤ بسلوك العميل وتطوير استراتيجيات فعالة للاحتفاظ بالعملاء واكتسابهم.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق والمبيعات.
- المتخصصون في خدمة العملاء وتجربة العميل.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.
- مديرو المنتجات ومطورو الأعمال.
- محللو البيانات والباحثون في السوق.
- مديرو العلامات التجارية.
- المستشارون الاستراتيجيون.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع المالي والمصرفي.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- صناعة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- القطاع الصحي والصيدلاني.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- القطاعات الحكومية وما في حكمها، التي تسعى لتحسين جودة الخدمات للمواطنين.
- القطاع العقاري.
- قطاع الخدمات الاستشارية والمهنية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة المنتجات.
- إدارة الموارد البشرية (لتحسين تجربة الموظف كعميل داخلي).
- إدارة العمليات.
- التحليلات والبحوث.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تحليل وفهم الدوافع النفسية الأساسية التي تُشكل سلوك العميل.
- تطبيق نماذج سيكولوجية متقدمة لفهم سلوك العميل في سياقات مختلفة.
- تطوير استراتيجيات فعالة لبناء علاقات عميقة مع العملاء وتعزيز ولائهم.
- التعرف على العوامل المعرفية والعاطفية التي تؤثر على قرارات الشراء.
- استخدام البيانات والرؤى للتنبؤ بسلوك العميل المستقبلي.
- تصميم تجارب عملاء مخصصة تُعزز الرضا وتُسهم في الاحتفاظ بالعملاء.
- تحديد وتلبية الاحتياجات غير المعلنة للعملاء.
- صياغة رسائل تسويقية تتناسب مع الدوافع النفسية المستهدفة للعملاء.
- تقييم فعالية استراتيجيات التعامل مع العملاء بناءً على تحليل دوافع العملاء.
- تطبيق مبادئ علم نفس المستهلك في تطوير المنتجات والخدمات.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد هذه الدورة التدريبية في BIG BEN Training Center منهجية تعليمية تفاعلية وشاملة تهدف إلى دمج النظرية بالتطبيق العملي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. سنركز على الأساليب التي تُعزز التفكير النقدي وتُشجع على تطبيق المفاهيم في سيناريوهات واقعية. تتضمن المنهجية مزيجًا من المحاضرات التفاعلية التي تُقدم أحدث النظريات والرؤى في سيكولوجية العميل، بالإضافة إلى دراسات حالة تحليلية تُقدم أمثلة حقيقية لتحديات وفرص في فهم سلوك العميل. سيُشارك المتدربون في عمل جماعي مكثف، حيث يُتاح لهم فرصة تحليل دوافع العملاء لمؤسسات افتراضية أو حقيقية، وتطوير استراتيجيات فهم العميل المبتكرة. ستُشكل الجلسات التفاعلية جزءًا أساسيًا من كل يوم تدريبي، حيث سيتم تشجيع النقاش المفتوح، وطرح الأسئلة، وتبادل الخبرات بين المشاركين والمدربين. سيتم توفير تغذية راجعة مستمرة ومُخصصة لضمان تطور فهم كل متدرب وقدرته على تطبيق المفاهيم بفعالية. سنُركز على كيفية ترجمة الأفكار النفسية المعقدة إلى استراتيجيات عمل قابلة للتنفيذ تُسهم في بناء علاقات عميقة مع العملاء وتعزيز ولاء العميل. لن نُركز على الأدوات أو المنصات التجارية، بل على المبادئ الأساسية
لعلم نفس المستهلك وكيفية توظيفها لتحسين تجربة العميل.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس سيكولوجية العميل وفهم الدوافع

- فهم علم النفس السلوكي وتطبيقاته في عالم الأعمال.
- النماذج الكلاسيكية والمعاصرة لفهم سلوك العميل.
- الدوافع الواعية واللاواعية التي تحرك قرارات الشراء.
- تأثير العوامل العاطفية على اتخاذ القرار الشرائي.
- مقدمة إلى نظرية الاختيار الرشيد والاقتصاد السلوكي.
- أهمية تحليل دوافع العملاء في بيئة الأعمال التنافسية.
- التمييز بين الاحتياجات والرغبات في سياق فهم العميل.

الوحدة الثانية: تحليل سلوك العميل ورحلته

- رحلة العميل: مراحلها وكيفية تحليلها من منظور نفسي.
- تحديد نقاط الاتصال الرئيسية للعميل وتأثيرها النفسي.
- كيف تؤثر التحيزات المعرفية على سلوك العميل.
- أدوات وتقنيات التنبؤ بسلوك العميل.
- دراسة علم نفس المستهلك في سياق التسويق الرقمي.
- فهم دور الذاكرة والإدراك في تجربة العميل.
- كيفية تحليل البيانات السلوكية لفهم العميل.

الوحدة الثالثة: بناء علاقات عميقة وتعزيز الولاء

- استراتيجيات بناء علاقات عميقة مع العملاء.
- عوامل ولاء العميل وسبل تعزيزه.
- تصميم تخصيص تجربة العميل بما يتناسب مع الدوافع الفردية.
- إدارة توقعات العملاء وتجاوزها.
- أهمية الثقة والشفافية في الاحتفاظ بالعملاء.
- برامج الولاء من منظور نفسي.
- كيفية تحويل العميل العادي إلى سفير للعلامة التجارية.

الوحدة الرابعة: استراتيجيات التواصل والتأثير النفسي

- الاتصال الفعال مع العملاء بناءً على فهم الدوافع.
- استخدام اللغة والإشارات غير اللفظية للتأثير على العميل.
- استراتيجيات التسعير النفسي وتأثيرها على قرار الشراء.
- فهم تأثير الإقناع الاجتماعي والشهادة الاجتماعية.
- كيفية التعامل مع شكاوى العملاء بفعالية من منظور نفسي.
- تصميم رسائل تسويقية تُخاطب الاحتياجات غير المعلنة للعملاء.
- أخلاقيات التعامل مع سيكولوجية العميل.

الوحدة الخامسة: تطبيقات متقدمة ورؤى مستقبلية

- تطبيق سيكولوجية العميل في تطوير المنتجات والخدمات.
- تحليل المشاعر لدى العملاء ودورها في اتخاذ القرار.
- تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية على سلوك العميل.
- الابتكار في خدمة العملاء المتميزة بناءً على الفهم النفسي.
- كيفية التكيف مع تغيرات سلوك العميل في المستقبل.
- دراسة حالة متقدمة حول بناء مجتمعات العملاء.
- القيمة المدركة للعميل وكيفية زيادتها.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

كيف يمكن للمؤسسات أن توازن بين استخدام الرؤى النفسية لتعزيز المبيعات وبين الحفاظ على مبادئ الشفافية والأخلاق في التعامل مع عملائها؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق والشمولي على سيكولوجية العميل، حيث لا تكتفي بتقديم المفاهيم النظرية فحسب، بل تُقدم رؤى عملية قابلة للتطبيق الفوري في مختلف سياقات الأعمال. نُركز على فهم الدوافع الجوهرية وراء سلوك العميل، مما يُمكن المشاركين من تجاوز التحليلات السطحية والوصول إلى جوهر ما يُحفز العملاء على الشراء والولاء. خلافًا للعديد من الدورات التي تُركز على الأدوات التقنية أو المنصات، تُقدم هذه الدورة إطارًا فكريًا متينًا يعتمد على أحدث الأبحاث في علم نفس المستهلك والاقتصاد السلوكي، مما يضمن أن يكتسب المتدربون فهمًا عميقًا ودائمًا. تُشجع الدورة على التفكير النقدي وتُقدم أمثلة عملية من قطاعات وصناعات متنوعة، مما يُسهم في تعزيز قدرة المشاركين على بناء علاقات عميقة مع العملاء وتصميم تجارب عملاء لا تُنسى. يُقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية تفاعلية تُركز على تحليل دوافع العملاء وتُسهم في تطوير مهارات التنبؤ بسلوك العميل، مما يضع المتدرب في موقع الريادة في مجال تخصصه.