الدورة التدريبية: إدارة علاقات العملاء المتقدمة - استراتيجيات تحسين تجربة وولاء العميل لنمو الأعمال



09 - 13 نوفمبر 2026
باريس
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR8083_312902

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية الشاملة في إدارة علاقات العملاء المتقدمة، المصممة خصيصًا لتزويد المحترفين بالاستراتيجيات والأدوات اللازمة لتحسين تجربة العميل وبناء ولاء العميل المستدام. في عالم الأعمال المعاصر، لم تعد علاقات العملاء مجرد وظيفة دعم، بل أصبحت حجر الزاوية في نمو الأعمال والاستدامة التنافسية. تتجاوز هذه الدورة المفاهيم الأساسية لـ CRM، لتتغلغل في أحدث ممارسات إدارة علاقات العملاء وتحليلات العملاء وتخصيص تجربة العميل. سنستكشف كيف يمكن لـ بيانات العملاء أن تتحول إلى رؤى قابلة للتنفيذ، وكيف يمكن لـ التفاعل مع العملاء أن يعزز الثقة والرضا. تستلهم هذه الدورة من أعمال خبراء مثل دون بيبرز (Don Peppers)، أحد الرواد في مفهوم التسويق الفردي وإدارة علاقات العملاء 1:1، الذي أكد على أهمية فهم كل عميل على حدة وتخصيص التعامل معه لتحقيق أقصى قيمة متبادلة. تهدف الدورة إلى تمكين المشاركين من تصميم وتنفيذ استراتيجيات CRM فعّالة تؤدي إلى زيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء وتحسين رضا العملاء وتنمية الإيرادات. مع التركيز على التحول الرقمي في CRM وأتمتة عمليات العملاء، سيصبح المتدربون قادرين على مواجهة تحديات الأسواق المتغيرة وبناء علاقات طويلة الأمد مع عملائهم.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو علاقات العملاء.
- متخصصو التسويق والمبيعات.
- قادة خدمة العملاء.
- محللو بيانات العملاء.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- المحترفون الذين يسعون لتعزيز خبراتهم في إدارة علاقات العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية والبنوك.
- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- قطاع الرعاية الصحية.
- القطاعات الحكومية والهيئات العامة.
- قطاع العقارات.
- قطاع الصناعات التحويلية.
- القطاع التعليمي.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة علاقات العملاء.
- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة تجربة العميل.
- إدارة التحليلات والبيانات.
- إدارة الاستراتيجيات.
- إدارة العمليات.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- صياغة استراتيجيات CRM متكاملة لتعزيز ولاء العملاء.
- تطبيق أفضل ممارسات إدارة تجربة العميل لتحقيق رضا العملاء.
- تحليل بيانات العملاء لاستخلاص رؤى قابلة للتنفيذ.
- تصميم برامج تخصيص تجربة العميل الفعالة.
- استخدام أدوات CRM المتقدمة لأتمتة العمليات.
- قياس مؤشرات أداء CRM الرئيسية وتحسينها.
- بناء ثقافة تتمحور حول العميل داخل المؤسسة.
- تطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وزيادة القيمة الدائمة للعميل.
- إدارة رحلة العميل وتحسين نقاط الاتصال.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين النظرية والتطبيق العملي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. تبدأ كل وحدة بمقدمة مفصلة للمفاهيم الأساسية في إدارة علاقات العملاء وتحسين تجربة العميل، يليها استعراض لـ أحدث استراتيجيات CRM. يتم التركيز بشكل كبير على دراسات الحالة الواقعية التي توضح كيفية تطبيق مبادئ CRM في سيناريوهات تجارية مختلفة، مما يمنح المتدربين فهمًا عميقًا للتحديات والحلول المحتملة. تتخلل الدورة ورش عمل تفاعلية وتمارين جماعية، حيث يعمل المشاركون على تطوير خطط عمل CRM وتطبيق ما تعلموه على مشاريع محددة. كما يتم تخصيص وقت كافٍ لـ الجلسات النقاشية المفتوحة التي تشجع على تبادل الخبرات وأفضل الممارسات بين المتدربين والمدرب. تقدم الدورة تغذية راجعة مستمرة وموجهة لضمان استيعاب المفاهيم وتطوير المهارات. هذه المنهجية تهدف إلى بناء قدرات عملية في التعامل مع العملاء، تحليل سلوك العملاء، وتصميم تجارب عملاء لا تُنسى، مما يمكن المشاركين من قيادة مبادرات CRM ناجحة في مؤسساتهم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس ومفاهيم إدارة علاقات العملاء المتقدمة.

- فهم جوهر إدارة علاقات العملاء (CRM) وأهميتها الاستراتيجية في نمو الأعمال.
- الفرق بين CRM التشغيلي والتحليلي والتعاوني.
- تطور مفاهيم CRM ودورها في تحسين تجربة العميل.
- مكونات نظام CRM المتكامل ووظائفه الأساسية.
- ثقافة التوجه نحو العميل وأثرها على الأداء المؤسسي.
- تحديات تطبيق CRM وكيفية التغلب عليها.
- مقدمة في رحلة العميل وأهمية فهمها.

الوحدة الثانية: تصميم وتحسين تجربة العميل (CX).

- مفهوم تجربة العميل (CX) وأبعادها الرئيسية.
- خرائط رحلة العميل: تحليل نقاط الاتصال وتحديد فرص التحسين.
- أهمية الاستماع للعملاء وجمع ملاحظات العملاء.
- أدوات قياس رضا العملاء وولاء العملاء (NPS, CSAT, CES).
- تصميم تجارب عملاء مخصصة ومؤثرة.
- دور التكنولوجيا في تحسين تجربة العميل.
- معايير الجودة في خدمة العملاء.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات بناء ولاء العميل والاحتفاظ به.

- فهم أسباب ولاء العملاء وكيفية بنائه.
- تصميم وتنفيذ برامج مكافآت الولاء الفعالة.
- استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتقليل معدل التغيير.
- التعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص.
- أهمية التواصل المستمر والفعال مع العملاء.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- دور التسويق الشخصي في تعزيز الولاء.

الوحدة الرابعة: تحليل بيانات العملاء واتخاذ القرارات الذكية.

- مقدمة في تحليلات بيانات العملاء وأهميتها.
- مصادر بيانات العملاء وكيفية جمعها.
- أدوات تحليل سلوك العملاء وتجزئة السوق.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في CRM.
- كيفية تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
- توقع احتياجات العملاء المستقبلية.
- بناء نماذج تنبؤية لتحسين CRM.

الوحدة الخامسة: تنفيذ وإدارة أنظمة CRM بفعالية.

- اختيار نظام CRM المناسب لاحتياجات المؤسسة.
- مراحل تنفيذ CRM وأفضل الممارسات.
- تدريب الفرق على استخدام أنظمة CRM بفعالية.
- إدارة تكامل CRM مع الأنظمة الأخرى.
- مراقبة أداء CRM وتحسينه المستمر.
- التحديات الشائعة في تنفيذ CRM وحلولها.
- مستقبل CRM والاتجاهات الحديثة في تكنولوجيا العملاء.

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 تحقيق التوازن بين أتمتة عمليات إدارة علاقات العملاء والحفاظ على اللمسة الإنسانية التي تعزز ولاء العملاء في عصر يتزايد فيه الاعتماد على التقنيات الرقمية؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها العميق على الجوانب العملية والتطبيقية لـ إدارة علاقات العملاء المتقدمة، مما يتجاوز مجرد تقديم المفاهيم النظرية. نتبنى نهجًا فريدًا يركز على تزويد المشاركين بـ استراتيجيات قابلة للتطبيق لتحسين تجربة العميل وبناء ولاء طويل الأمد. بدلًا من استعراض أدوات CRM المتعددة، نركز على كيفية توظيف بيانات العملاء لتحويلها إلى رؤى استراتيجية حقيقية، وكيفية تصميم رحلة عميل سلسة وممتعة. نبرز أهمية التحليلات المتقدمة في فهم سلوك العملاء وتوقع احتياجاتهم، مع تقديم دراسات حالة واقعية وأمثلة ملموسة من صناعات متنوعة. تهدف الدورة إلى تمكين المتدربين من تطوير خطط CRM مخصصة لمؤسساتهم، مع التركيز على الابتكار في خدمة العملاء وبناء علاقات ذات قيمة تتخطى مجرد المعاملات، مما يجعلهم قادة في تحسين أداء العملاء ودفع عجلة النمو المستدام.