الدورة التدريبية: بناء استراتيجيات علاقات العملاء الشاملة - أدوات وتطبيقات عملية متقدمة لتحقيق التميز



30 نوفمبر - 04 ديسمبر 2026

ميونخ

5100 € (للشخص الواحد)

Ref: #SAL2371_371844

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية المتخصصة التي تتناول إدارة علاقات العملاء (CRM) من منظور شامل، مع التركيز على أحدث الأدوات والتطبيقات العملية المتقدمة التي تضمن تحقيق التميز التشغيلي وبناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء. تتجاوز هذه الدورة المفاهيم الأساسية لتقدم تحليلًا معمقًا للاستراتيجيات المبتكرة وكيفية تطبيقها بفعالية في بيئات الأعمال المتغيرة. نستلهم في هذه الدورة رؤى من كبار الأكاديميين في هذا المجال، مثل الأستاذ الدكتور Francis Buttle (فرانسيس باتل)، الذي يُعد مرجعًا عالميًا في إدارة علاقات العملاء، لضمان تقديم محتوى ذي قيمة أكاديمية وتطبيقية عالية. سيتعلم المشاركون كيفية استخدام تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics) في فهم سلوك العملاء وتوقعاتهم، وكيفية تصميم رحلات عملاء متميزة، بالإضافة إلى استكشاف أثر الذكاء الاصطناعي (AI) في أتمتة العمليات وتحسين التفاعل مع العملاء. تركز الدورة على تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لتطوير استراتيجيات CRM فعالة تساهم في نمو الإيرادات وزيادة ولاء العملاء، مع التأكيد على التحسين المستمر لأداء فرق المبيعات والتسويق وخدمة العملاء. يتعمق BIG BEN Training Center في الجوانب التكنولوجية والمنهجية التي تمكن الشركات من تحقيق أقصى استفادة من أنظمة CRM، وتحويل بيانات العملاء إلى فرص عمل حقيقية.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء علاقات العملاء.
- مدراء المبيعات والتسويق.
- محللي البيانات ومدراء المنتجات.
- المتخصصين في خدمة العملاء وتجربة المستخدم.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- المهتمين بتطوير استراتيجيات التفاعل مع العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التكنولوجيا والاتصالات.
- القطاع المالي والمصرفي.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- قطاع الخدمات الصحية.
- القطاع العقاري والسياحي.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة علاقات العملاء.
- إدارة التسويق الرقمي.
- إدارة المبيعات وتطوير الأعمال.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة التحليلات والبيانات.
- إدارة العمليات الاستراتيجية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تصميم استراتيجيات متقدمة لإدارة علاقات العملاء.
- تطبيق أدوات تحليل بيانات العملاء بكفاءة عالية.
- تطوير برامج ولاء العملاء الفعالة.
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.
- تحسين أداء فرق المبيعات والتسويق وخدمة العملاء.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) لأنظمة CRM.
- التعامل مع التحديات الأمنية والخصوصية لبيانات العملاء.
- إدارة التغيير المرتبط بتطبيق أنظمة CRM جديدة.
- تصميم رحلات عملاء مبتكرة.
- بناء قاعدة بيانات عملاء متكاملة.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد منهجية هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center على نهج تدريبي تفاعلي وموجه نحو التطبيق العملي، يضمن تحقيق أقصى استفادة للمشاركين. تتضمن المنهجية مزيجًا من المحاضرات النظرية المدعومة بدراسات الحالة الواقعية التي تستعرض أفضل الممارسات والتحديات في إدارة علاقات العملاء. سيشارك المتدربون في ورش عمل جماعية تهدف إلى تطبيق المفاهيم المكتسبة على سيناريوهات عملية، مما يعزز فهمهم وقدرتهم على حل المشكلات. يتم التركيز بشكل كبير على الجلسات التفاعلية التي تشجع على النقاش وتبادل الخبرات بين المشاركين والمدربين، بالإضافة إلى تقديم تغذية راجعة فردية مستمرة لتقييم التقدم وضمان استيعاب المحتوى. سيتم استخدام أحدث أدوات تحليل البيانات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التدريب العملي لتعزيز مهارات المشاركين في استخدام التقنيات الحديثة. يلتزم BIG BEN Training Center بتوفير بيئة تعليمية محفزة تدعم الابتكار والتفكير النقدي في مجال إدارة علاقات العملاء.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات ومفاهيم إدارة علاقات العملاء (CRM).

- فهم أهمية CRM في سياق الأعمال الحديثة.
- أنواع CRM: تشغيلي، تحليلي، وتعاوني.
- دورة حياة العميل وأهميتها في استراتيجيات CRM.
- تطوير استراتيجية CRM متكاملة.
- التحولات الرقمية وتأثيرها على CRM.
- أخلاقيات جمع واستخدام بيانات العملاء.
- التعامل مع اعتراضات العملاء بفعالية.

الوحدة الثانية: أدوات وتطبيقات CRM المتقدمة.

- أنظمة CRM السحابية والمحلية.
- اختيار نظام CRM المناسب لاحتياجات العمل.
- تكامل CRM مع أنظمة الأعمال الأخرى.
- أتمتة عمليات المبيعات والتسويق وخدمة العملاء.
- استخدام تطبيقات CRM المتنقلة.
- تخصيص لوحات معلومات CRM.
- تقارير الأداء وتحليل البيانات في CRM.

الوحدة الثالثة: تحليل بيانات العملاء واتخاذ القرارات.

- جمع البيانات من مصادر متعددة.
- تنظيف وتجهيز البيانات للتحليل.
- تقنيات تحليل البيانات الضخمة (Big Data) في CRM.
- نمذجة سلوك العملاء وتوقع الاتجاهات.
- تجزئة العملاء (Customer Segmentation).
- تحليل القيمة الدائمة للعميل (CLTV).
- قياس رضا العملاء وولائهم.

الوحدة الرابعة: بناء استراتيجيات تفاعل العملاء المتقدمة.

- تصميم رحلات عملاء متميزة.
- استراتيجيات التواصل متعدد القنوات.
- تخصيص تجربة العميل (Personalization).
- برامج الولاء والمكافآت.
- إدارة شكاوى العملاء وحل النزاعات.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقات العملاء.

الوحدة الخامسة: مستقبل CRM: الذكاء الاصطناعي والابتكار.

- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في CRM.
- التعلم الآلي وتحليل المشاعر.
- الروبوتات والمساعدين الافتراضيين في خدمة العملاء.
- التحليلات التنبؤية في CRM.
- الابتكار في تجربة العميل.
- التحديات والفرص المستقبلية لـ CRM.
- إعداد فرق العمل لمستقبل CRM.

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 علاقات العملاء (CRM) وبين الحفاظ على اللمسة الإنسانية التي تعزز الثقة والولاء الحقيقي لدى العميل في عالم يزداد 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 التطبيقية والمفاهيم المتقدمة في إدارة علاقات العملاء، مما يتجاوز مجرد عرض الأدوات ليقدم رؤى استراتيجية. نحن لا نكتفي بشرح كيفية استخدام أنظمة CRM، بل نتعمق في كيفية بناء استراتيجيات متكاملة تستند إلى تحليل بيانات العملاء والسلوكيات المتوقعة، مع الاستفادة من أحدث الابتكارات في مجال الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي. الدورة تركز على الأمثلة العملية ودراسات الحالة الواقعية التي تمكن المشاركين من تطبيق المفاهيم المكتسبة مباشرة في بيئات عملهم، بدلاً من الاعتماد على الأدوات التقنية فقط. كما أن المحتوى مصمم بعناية ليشمل التحديات والفرص التي تواجه الشركات اليوم في بناء علاقات مستدامة وذات قيمة مع العملاء، مع التأكيد على التحسين المستمر لأداء الأقسام المعنية. نهجنا الأكاديمي العملي يضمن أن يحصل المتدرب على فهم شامل للموضوع من منظور استراتيجي وتشغيلي على حد سواء.