

بناء واستدامة علاقات العملاء طويلة الأمد لزيادة الربحية

28 ديسمبر 2026 – 1 يناير 2027

ميلانو (إيطاليا)

UK Traininig

PARTNER



بناء واستدامة علاقات العملاء طويلة الأمد لزيادة الربحية

المرجع: 193569_3255339 التاريخ: 28 ديسمبر 2026 – 1 يناير 2027 المكان: ميلانو (إيطاليا) الرسوم: GBP 5200

مقدمة

في بيئة الأعمال التنافسية الحديثة، لم يعد النجاح يعتمد فقط على جذب العملاء الجدد، بل أصبح الحفاظ على العلاقات المستمرة معهم أحد أهم عوامل تحقيق النمو والربحية المستدامة. فالمؤسسات التي تتبنى استراتيجيات فعالة لإدارة العلاقات مع العملاء قادرة على تعزيز ولائهم، وزيادة قيمة كل عميل على المدى الطويل، وتحقيق أداء مالي أكثر استقراراً.

تتناول دورة بناء واستدامة علاقات العملاء طويلة الأمد لزيادة الربحية المبادئ والأساليب الحديثة في فهم سلوك العملاء، وإدارة تجاربهم، وتطوير استراتيجيات تبني الثقة والارتباط العاطفي مع العلامة التجارية.

تركز الدورة على كيفية تحويل العلاقة بين المؤسسة والعميل من معاملة قصيرة الأمد إلى شراكة استراتيجية تحقق المنفعة للطرفين، بما يعزز القدرة التنافسية ويدعم استدامة الربحية.

تستهدف الدورة المديرين في المستويات المتوسطة والعليا، وقادة فرق المبيعات والتسويق وخدمة العملاء، ومديري العمليات الذين يسعون إلى بناء ثقافة مؤسسية تضع العميل في قلب كل قرار تشغيلي واستراتيجي.

أهداف الدورة

- فهم العوامل المؤثرة في بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء.
- تطوير استراتيجيات تركز على العميل كعنصر أساسي في النمو المؤسسي.
- تحليل سلوك العملاء واحتياجاتهم لتقديم تجارب مخصصة.
- تطبيق أدوات قياس رضا العملاء والولاء طويل الأمد.
- تعزيز التعاون بين الإدارات لتحسين تجربة العميل المتكاملة.
- بناء نظام لإدارة علاقات العملاء يدعم القرارات المبنية على البيانات.
- زيادة العائد على الاستثمار من خلال استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء.
- اكتساب مهارات التواصل الفعال مع مختلف فئات العملاء.

UK Training

PARTNER



محاور الدورة

اليوم الأول: الأسس الاستراتيجية لبناء علاقات العملاء

- مفهوم العلاقات طويلة الأمد وأهميتها في تحقيق الربحية.
- الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق القائم على العلاقة.
- دورة حياة العميل وكيفية إدارتها.
- تحليل القيمة الاقتصادية للعميل على المدى الطويل.
- بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل.
- دراسة حالة حول نجاح الشركات في بناء علاقات مستدامة.

اليوم الثاني: فهم سلوك العملاء وإدارة توقعاتهم

- تحليل دوافع العملاء واحتياجاتهم الأساسية.
- تحديد العوامل التي تؤثر على قرارات الشراء والولاء.
- بناء نماذج لتجزئة العملاء واستهدافهم بدقة.
- التعامل مع الشكاوى والاعتراضات بطرق احترافية.
- تطوير استراتيجيات إدارة التوقعات وتحسين الرضا.
- تمرين تطبيقي لتصميم خريطة رحلة العميل.

اليوم الثالث: تطوير تجربة عميل متميزة

- مفهوم تجربة العميل وعلاقتها بالربحية المؤسسية.
- مراحل تصميم تجربة عميل فعالة.
- دمج القنوات الرقمية وغير الرقمية لتقديم خدمة متكاملة.
- قياس مؤشرات الأداء الخاصة بتجربة العميل.
- تحسين نقاط التفاعل عبر مختلف مراحل العلاقة.
- تطبيق عملي على تطوير تجربة عميل في قطاع خدمي.

UK Traininig

PARTNER



اليوم الرابع: إدارة الولاء وتعزيز ارتباط العملاء بالمؤسسة

- تعريف الولاء وأبعاده النفسية والسلوكية.
- استراتيجيات بناء الولاء من خلال القيمة المضافة.
- برامج مكافأة العملاء وأثرها على الاستمرارية.
- استخدام البيانات لتحسين استراتيجيات الولاء.
- إشراك العملاء في تطوير المنتجات والخدمات.
- تمرين تطبيقي لتصميم برنامج ولاء فعال.

اليوم الخامس: ربط علاقات العملاء بالأداء والربحية

- تحليل العلاقة بين رضا العميل والنتائج المالية.
- تحويل ملاحظات العملاء إلى فرص تطوير مؤسسية.
- أدوات قياس العائد من الاستثمار في إدارة العلاقات.
- تطوير نموذج عمل مستدام قائم على العلاقات طويلة الأمد.
- وضع خطة تنفيذية لتحسين إدارة علاقات العملاء.
- الجلسة الختامية: تقديم المشاريع التطبيقية ومناقشة الدروس المستفادة.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الإيجابيات والسلبيات!

- اكتساب مهارات متقدمة لبناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء.
- تحسين استراتيجيات إدارة العملاء لزيادة الربحية طويلة الأجل.
- تعزيز ولاء العملاء وتقليل معدلات فقدانهم.
- تطوير فهم عميق لسلوك العملاء واحتياجاتهم المتغيرة.
- تمكين الفرق من تقديم تجارب عملاء استثنائية.
- رفع كفاءة الاتصال الداخلي بين الإدارات لخدمة العميل بشكل أفضل.
- تحسين مؤشرات الأداء المتعلقة بالاحتفاظ بالعملاء.
- دعم القرارات الاستراتيجية بالاعتماد على تحليلات العملاء.

الخاتمة

أصبحت إدارة علاقات العملاء اليوم من أهم الركائز الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة، فهي تتجاوز مفهوم البيع لتصبح عملية متكاملة تهدف إلى خلق قيمة مستدامة للطرفين.

UK Traininig

PARTNER



من خلال دورة بناء واستدامة علاقات العملاء طويلة الأمد لزيادة الربحية، يتعلم المشاركون كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات تحول العملاء إلى شركاء دائمين في النجاح.

تجمع الدورة بين التحليل العملي والرؤية الاستراتيجية، مما يمكن المؤسسات من تعزيز الربحية عبر بناء الثقة، تحسين تجربة العميل، وتحويل البيانات إلى قرارات مؤثرة على المدى الطويل.

UK Training

PARTNER

