

أفضل الممارسات في التسويق وخدمة العملاء والهيئات

UK Traininig

PARTNER

أفضل الممارسات في التسويق وخدمة العملاء والهيئات

المقدمة

فحص تركيبة السوق ودور التسويق والهيئات وخدمة العملاء في توصيل الخدمة وسلوك المستهلك المرتبط بذلك. تشمل هذه الموضوعات المبادئ والمفاهيم الأساسية المتعلقة بتصميم وتنفيذ جهود التسويق في الشركات والمؤسسات. الهدف هو تطوير وتقييم خطط التسويق والهيئات وخدمة العملاء. هناك عدة مناقشات عملية حول التسويق وتطوير وتحليل خطط التسويق الاستراتيجية.

أهداف دورة أفضل الممارسات في التسويق وخدمة العملاء والهيئات

- تحديد خدمة العملاء وتقسيمها إلى أبعادها الأساسية
- شرح رضا العملاء والاحتفاظ بهم وولائهم وقياسهم بطريقة هادفة ومنهجية
- الدفاع عن استخدام بُعد الربحية لني استراتيجية ولاء للعملاء
- تحديد سلوكيات البيع المهنية الصحيحة والمهارات اللازمة لتعظيم أداء الهيئات
- تطوير العادات الشخصية الصحيحة لتحسين فعالية البيع
- تحديد إطار التسويق للمؤسسة والشركات
- إجراء عمليات التدقيق والتحليل التسويقي لفحص البيانات الصغيرة والشاملة بشكل أفضل
- الجمع بين أفضل الممارسات والأدوات والنماذج لتنفيذ نظام فعال لإدارة التسويق والهيئات
- تطوير الاستراتيجيات والمبادرات والبرامج لبناء ميزة تنافسية مستدامة في السوق
- تطبيق التخطيط وتنفيذ استراتيجيات التسويق المتقدمة لتعزيز النتائج التنظيمية

محاور دورة أفضل الممارسات في التسويق وخدمة العملاء والهيئات

اليوم الأول

خدمة العملاء

- مقدمة عن خدمة العملاء
- تعريف خدمة العملاء
- أبعاد الخدمة
- تلبية احتياجات العملاء

تحقيق رضا العملاء من خلال معايير الجودة

- التميز في خدمة العملاء

اليوم الثاني

رضا العملاء وولائهم

- رضا العملاء والاحتفاظ بهم وولائهم وإسعادهم
- مستويات الولاء
- رضا العملاء وولائهم

UK Training
PARTNER

- سعادة العميل

يوم الثالث

مقاييس الرئيسية للولاء

- مؤشر رضا العملاء CSI و معدل الاحتفاظ بالعملاء CRR
- تأثير أرباح CRR
- متوسط العمر المتوقع للعميل
- مؤشر ولاء العملاء

الولاء والذرياح

- تكلفة الولاء
- ضعف مبادئ الحسابات المقبولة بشكل عام GAAP
- التكلفة المرتبطة بالنشاط ABC
- ربحية العميل و منحى الحوت
- ربحية العميل في أفضل الشركات
- الذرياح الاستراتيجية

اليوم الرابع

استطلاعات رضا العملاء

- الاستبيانات والدراسات
- الهدف من الدراسة
- السكان المعنيين
- كتابة الأسئلة
- طرق أخذ العينات
- الإدارة والتحليل
- إرشادات استطلاعات العملاء
- مقاييس المسح المختلفة
- أنواع استطلاعات الرضا: استطلاعات الرضا العملية بالمقارنة مع المهنية على الصور
- من وماذا نقيس
- كيف تسأل
- مكونات الولاء
- أهمية التركيبة السكانية

تفسير عملائك

- أبعاد المواقف والسلوك
- التغيرات الديموغرافية، المستهلك والنعمال
- تصنيف الزبائن
- نهضة العملاء

يوم الخامس

بيئة الأعمال المتغيرة

- تطور البيع الشخصي

UK Training
PARTNER

التسويق

- الاستشاري
- الاستراتيجي
- الشراكة
- الاجتهادية
- كفاءات المبيعات الجديدة
- سلوكيات وخصائص ومهارات مندوب المبيعات الناجح
- تقييم الأداء وفق مؤشرات محددة للمبيعات
- النسب الجذرية العشرة لمشاكل المبيعات
- الملف الشخصي للبائع

الإعداد والتنظيم الذاتي

- الادارة الشخصية
- إتقان الذات
- التخطيط الشخصي
- حديث النفس
- الصورة الشخصية
- إدارة الوقت لمندوب المبيعات
- فهم سيكولوجية البيع
- تطوير استراتيجيات نجاح المبيعات

اليوم السادس

عملية البيع

- التقيب والتأهيل
- ما قبل نهج أو الطريقة
- الطريقة
- العرض والتظاهر
- التغلب على الاعتراضات
- إغلاق البيع
- المتابعة والصيانة
- بيع المنتج مقابل بيع الخدمة
- لهجة عن نماذج البيع المختلفة

مفاهيم التسويق

- تعريف إدارة التسويق
- تطور مفهوم التسويق
- الفروق بين التسويق والبيع
- نطاق إدارة التسويق
- تهيئة المشهد: المزيج التسويقي
- استخدام نموذج المزيج التسويقي 4Ps

اليوم السابع

تدقيق التسويق والتخطيط

UK Training
PARTNER



- فهم بيئة التسويق
- تقنيات تحليل التسويق المختلفة
 - تحليل "PESTLE"
 - تحليل SWOT
 - نموذج القوى الخمس ر. بوتر
 - تحليل العولاء
 - تحليل تنافسي
- تحقيق التسويق
- التخطيط والتسويق

تجزئة السوق والاستهداف وتحديد المواقع

- تعريف تجزئة السوق
- أساس تجزئة السوق B2C
- أساس تجزئة السوق B2B
- معايير التجزئة الناجحة
- استهداف السوق
- وضع السوق
- خطوات تجزئة السوق والاستهداف وتحديد المواقع

اليوم الثامن

الاتصالات التسويقية والحملات

- عناصر عملية الاتصال
- خطوات إنشاء الحملة الترويجية
 - الأهداف والهامار والترقية
 - مفهوم "AIDA"
 - تحديد الميزانية الإعلانية
 - أنواع الوسائط المختلفة
 - جدولة الوسائط
- تقييم الحملات الترويجية

اليوم التاسع

دورة حياة المنتج PLC: نهج استراتيجي

- مفهوم الـ PLC
- استراتيجيات التسويق لـ PLC
- المزيج الترويجي وأهداف التسويق
 - عناصر مزيج تعزيز الخصائص
- استراتيجيات المزيج الترويجي عبر PLC
 - استراتيجيات الدفع والسحب

اليوم العاشر

بحوث التسويق

- تحديد أبحاث التسويق
- عملية البحث التسويقي

UK Training
PARTNER



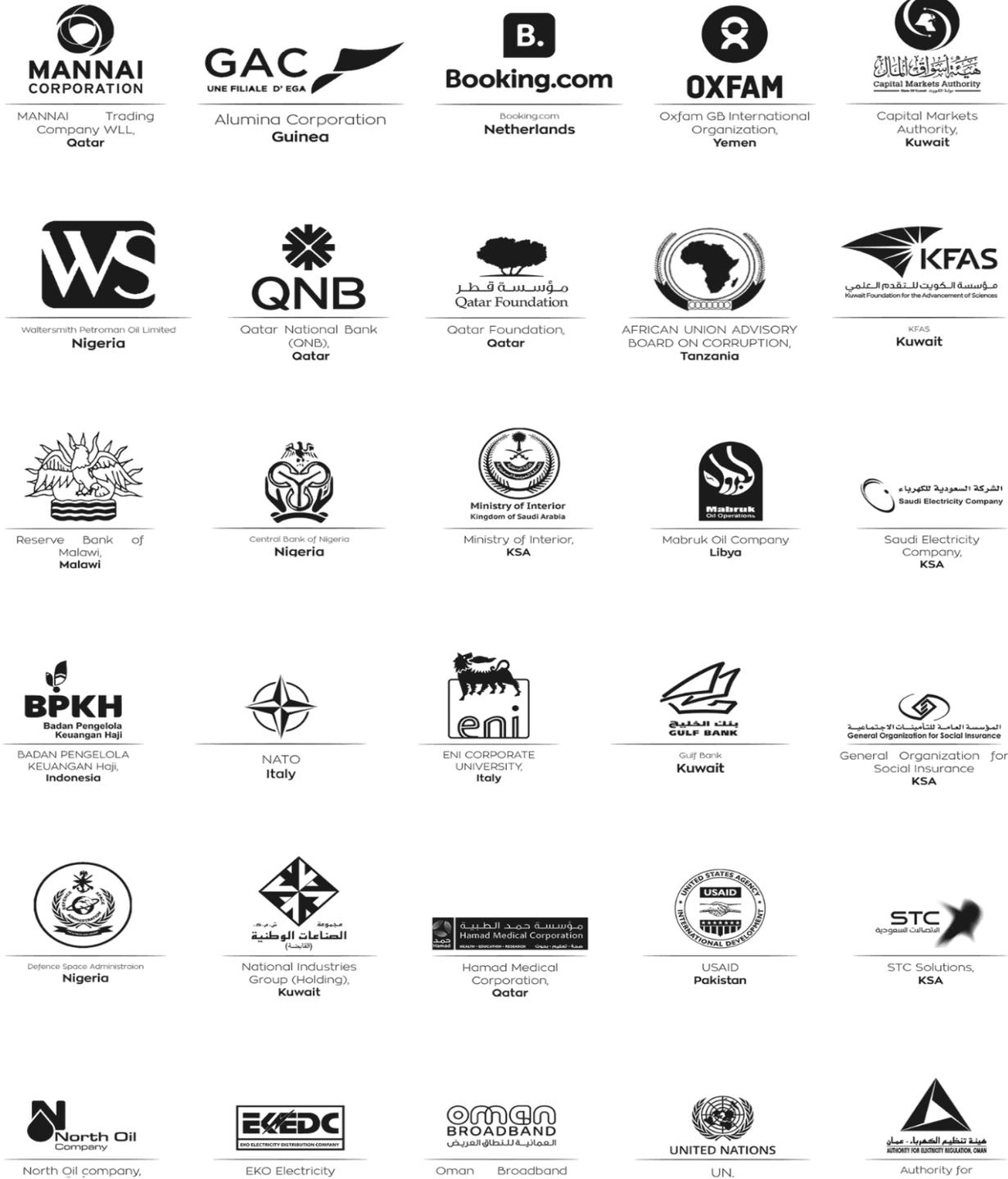
- البيانات الثانوية والنولية
- تصوير الاستبيان
- نهاذج البحث الوسحي

جلسة حوار مفتوح - أسئلة وأجوبة

UK Training
PARTNER



Blackbird Training Clients



UK Training
PARTNER

البرامج التدريبية

إدارة المشافي
القطاع العام
ورشات عمل خاصة
النفط والغاز
هندسة الاتصالات
تكنولوجيا المعلومات
الصحة والسلامة
القانون وإدارة العقود
الجهازك و السلامة
الطيران والاهلاحة الجوية
الإدارة العليا

البرامج التقنية/البرامج الإدارية

المهارات الاحترافية
الهالية والحاسبة والهيرانية
الإعلام والعلاقات العامة
إدارة المشاريع
الموارد البشرية
تدقيق الحسابات وضمان الجودة
التسويق والمبيعات وخدمة العملاء
السكرتارية وإدارة المكاتب
سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية
الإدارة والقيادة
صقل المهارات والإدارة المرنة



International House 185 Tower Bridge
Road London SE1 2UF United Kingdom



+44 7401 1773 35
+44 7480 775526



training@blackbird-training.com



www.blackbird-training.com

UK Training

PARTNER

