BLACKBIRD FOR TRAINING

دورة تدريبية متقدمة في إدارة علاقات العملاء

15 – 19 مارس 2027

واشنطن (امريكا)

UK Traininig

PARTNER

www.blackbird-training.com

دورة تدريبية متقدمة في إدارة علاقات العملاء

المرجع: 327208_3254958 **التاريخ:** 15 – 19 مارس 2027 **المكان:** واشنطن (امريكا) **الرسوم:** GBP 5900

مقدمة

في ظل التغيرات المتسارعة التي تشهدها الأسواق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، باتت المؤسسات، سواء في القطاعين الحكومي أو الخاص، مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتعزيز علاقاتها مع عملائها لتحقيق النمو المستدام. وهنا تبرز أهمية التدريب المتخصص في client relationship management training كأداة استراتيجية لا تقتصر على تحسين الاتصال مع العملاء، بل تمتد لتشمل تطوير الأداء المؤسسي وتعزيز الكفاءات البشرية.

تستهدف هذه الدورة فئات مهنية متعددة، من التنفيذيين وقادة الفرق إلى المتخصصين في المبيعات، التسويق، الموارد البشرية، وخدمة العملاء في قطاعات كالبنوك، الاتصالات، الطاقة، وإدارة المشاريع. كما تناسب الموظفين في بداية مسارهم المهني الراغبين في بناء قاعدة قوية من المهارات، وكذلك المديرين الساعين لتطوير قدراتهم التحليلية والقيادية.

توفر الدورة محتوى عملياً متكاملاً يغطي أحدث الممارسات العالمية في إدارة علاقات العملاء، مدعوماً بدراسات حالة وتمارين تفاعلية، مع التركيز على الأدوات الرقمية والتحول الرقمي كعناصر محورية لتحقيق تجربة عملاء استثنائية.

أهداف الدورة

- التعرف على المبادئ الأساسية لإدارة علاقات العملاء وأهميتها الاستراتيجية.
- تطبيق أدوات CRM الرقمية وتحليل البيانات لتعزيز القرارات.
- تقييم وتحسين تجربة العملاء عبر مختلف نقاط التفاعل.
- تصميم استراتيجيات طويلة الأمد لبناء ولاء العملاء.
- تحليل سلوك العملاء لفهم احتياجاتهم ودوافعهم.
- التعامل مع الشكاوى بفعالية وتحويلها إلى فرص تطوير.
- تطوير خطة عمل مؤسسية متكاملة لإدارة العلاقات مع العملاء.
- بناء ثقافة مؤسسية تتمحور حول العميل داخل الفرق والأقسام المختلفة.

محاور الدورة

اليوم الأول: المفاهيم الأساسية والتوجهات الحديثة

- مقدمة في إدارة علاقات العملاء وأهميتها المؤسسية.
- فهم دورة حياة العميل ونقاط الاتصال المختلفة.
- الاتجاهات العالمية في CRM والتحول الرقمي.
- الفرق بين CRM الاستراتيجي والتشغيلي.
- مقدمة إلى برامج CRM الحديثة مثل Salesforce، Zoho.
- التمارين: رسم خريطة تفاعل العملاء مع المؤسسة Customer Journey Mapping.

اليوم الثاني: أدوات وتقنيات إدارة علاقات العملاء

- نظرة تفصيلية على أنظمة CRM: المزايا والتحديات.
- إدارة قاعدة بيانات العملاء: التجميع، التصنيف، التحديث.
- أتمتة العمليات باستخدام أدوات CRM.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بسلوك العملاء.
- التكامل بين CRM والمنصات الأخرى ERP، التسويق الرقمي.
- التمارين: إعداد نموذج مصغر لإدارة تذاكر العملاء Case Management.

اليوم الثالث: تحليل سلوك العملاء وتصميم تجربة متكاملة

- تحليل البيانات لفهم توقعات العملاء.
- أدوات قياس الرضا والولاء مثل NPS، CSAT.
- تطوير ملفات تعريف العملاء Customer Personas.
- تصميم تجارب مخصصة بناءً على سلوكيات الشراء.
- استراتيجيات تحسين تفاعل العملاء عبر القنوات المختلفة.
- التمارين: تحليل دراسات حالة واقعية وتحليل فجوات تجربة العميل.

اليوم الرابع: إدارة الأداء وتحقيق رضا العملاء

- مؤشرات الأداء الرئيسية في CRM KPIs.
- استراتيجيات معالجة الشكاوى وتحويلها إلى فرص.
- التدريب على مهارات الاتصال الفعال مع العملاء.
- إدارة فرق خدمة العملاء وتوزيع الأدوار بفعالية.
- تطوير ثقافة مؤسسية تتمحور حول العميل.
- التمارين: تقييم محادثات العملاء وتقديم تغذية راجعة بنّاءة.

اليوم الخامس: التقييم، التوصيات، وتطبيقات عملية

- مراجعة شاملة لما تم تعلمه خلال الدورة.
- اختبار تطبيقي لقياس مستوى التحصيل.
- عرض مشاريع مصغرة من المشاركين CRM Mini Project.
- إعداد خطة تنفيذ استراتيجية CRM في المؤسسة.
- توصيات مخصصة لكل مشارك بناءً على أدائه.
- توزيع شهادات معتمدة للمشاركين الناجحين.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الإيجابيات والسلبيات

- تطوير مهارات عملية قابلة للتطبيق فوراً داخل المؤسسة.
- الحصول على شهادة معتمدة تعزز السيرة المهنية.
- الاطلاع على أحدث الاتجاهات الرقمية في CRM.
- فرصة للتواصل المهني مع قادة وممارسين من مختلف القطاعات.
- تعزيز قدرة المؤسسة على الاحتفاظ بالعملاء وتحقيق رضاهم.
- دعم اتخاذ القرار بناءً على تحليلات دقيقة لسلوك العملاء.
- تحسين الإنتاجية الداخلية من خلال أدوات أتمتة متقدمة.
- دمج توجهات تجربة العميل في كل مراحل العمل.

الخاتمة

تمثل دورة إدارة علاقات العملاء client relationship management training فرصة استراتيجية للمؤسسات التي تسعى إلى تحقيق التفوق التنافسي عبر تعزيز تجربة العميل. من خلال تقديم محتوى تدريبي شامل يجمع بين النظرية والتطبيق العملي، يتمكن المشاركون من تطوير رؤية أعمق حول ديناميكيات العلاقة مع العميل، والتعامل بفعالية مع تحديات السوق المتغيرة.

سواء كنت في بداية مسيرتك المهنية أو من قادة الصف الأول في مؤسستك، فإن هذه الدورة تقدم لك الأدوات والخبرات التي تحتاجها لتقود تحولاً حقيقيًا في تجربة العميل وأداء مؤسستك. ومع الوعي المتزايد بأهمية إدارة علاقات العملاء كرافعة للنمو، فإن الاستثمار في هذا النوع من التدريب لم يعد خيارًا، بل ضرورة استراتيجية حقيقية.