BLACKBIRD FOR TRAINING

الاتصال الرقمي وإدارة علاقات العملاء

8 – 12 مارس 2027

كوالالمبور (ماليزيا)

UK Traininig

PARTNER



www.blackbird-training.com

الاتصال الرقمي وإدارة علاقات العملاء

المرجع: 339193_3255349 **التاريخ:** 8 – 12 مارس 2027 **المكان:** كوالالمبور (ماليزيا) **الرسوم:** GBP 4200

المقدمة

في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبحت مهارات الاتصال الرقمي وإدارة علاقات العملاء من أهم الركائز التي تحدد نجاح المؤسسات واستدامتها. لم يعد التواصل مع العملاء مقتصرًا على الرسائل أو اللقاءات التقليدية، بل أصبح يعتمد على استراتيجيات متكاملة تجمع بين التقنية، التحليل، وفهم السلوك البشري.

تساعد هذه الدورة المشاركين على اكتساب المعرفة والأدوات اللازمة لبناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء عبر القنوات الرقمية المختلفة.

تم تصميم البرنامج خصيصًا لتلبية احتياجات ضباط الصف، والإدارة الوسطى، والإدارة العليا من مختلف القطاعات، بما في ذلك التسويق والمبيعات والخدمات المالية والاتصالات وغيرها من المجالات التي تتعامل مباشرة مع العملاء.

تركز الدورة على التطبيق العملي وتزويد المشاركين بأفضل الممارسات العالمية في تحسين تجربة العميل وتحقيق رضا مستدام يعزز من مكانة المؤسسة في السوق.

أهداف الدورة

- التعرف على المفاهيم الحديثة للاتصال الرقمي وإدارة علاقات العملاء.
- تطبيق أحدث الأدوات والمنصات المستخدمة في تحسين تجربة العميل الرقمية.
- تحليل سلوك العملاء عبر القنوات الرقمية المختلفة.
- تطوير استراتيجيات فعالة للتواصل وبناء الثقة مع العملاء.
- تحسين الأداء المؤسسي من خلال دمج الاتصال الرقمي في استراتيجيات العمل.
- تعزيز القدرة على اتخاذ قرارات مبنية على البيانات المتعلقة بالعملاء.
- تصميم حملات تفاعلية موجهة تعزز من ولاء العملاء.
- فهم العلاقة بين التواصل الرقمي وسمعة المؤسسة.



محاور الدورة

اليوم الأول: أساسيات الاتصال الرقمي

- مقدمة حول التحول الرقمي وتأثيره على بيئة العمل الحديثة.
- الفرق بين الاتصال التقليدي والرقمي.
- قنوات الاتصال الرقمي الأساسية.
- تحليل أنماط التواصل الرقمي داخل المؤسسات.
- التحديات المرتبطة بإدارة الاتصال عبر المنصات المتعددة.
- تمرين عملي حول تصميم استراتيجية تواصل رقمية فعالة.

اليوم الثاني: أدوات وتقنيات إدارة علاقات العملاء CRM

- التعرف على أنظمة إدارة علاقات العملاء ودورها الاستراتيجي.
- كيفية اختيار وتطبيق أنسب نظام CRM حسب طبيعة المؤسسة.
- تتبع رحلة العميل من أول تفاعل إلى الولاء المستمر.
- تحليل البيانات والتقارير الدورية من أنظمة CRM.
- التكامل بين أنظمة CRM ومنصات التسويق الرقمي.
- دراسة حالة حول استخدام CRM لرفع مؤشرات رضا العملاء.

اليوم الثالث: بناء تجربة عميل رقمية فعالة

- تصميم رحلة العميل الرقمية Digital Customer Journey.
- فهم توقعات العملاء وسلوكهم في البيئة الرقمية.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دعم العلاقات مع العملاء.
- أهمية التحليل التنبؤي في إدارة التجارب الشخصية.
- تقييم نقاط الاحتكاك وتحسين تجربة العميل.
- ورشة عمل حول تحليل البيانات وتحسين تفاعل المستخدم.



اليوم الرابع: الاتصال الفعّال وإدارة المواقف الحرجة

- مهارات الكتابة والتحدث الفعّال عبر القنوات الرقمية.
- استراتيجيات التواصل أثناء الأزمات أو الشكاوى.
- التعامل مع ردود الأفعال السلبية عبر الإنترنت.
- بناء الثقة والشفافية في الاتصال المؤسسي.
- تقنيات الإقناع والتأثير في البيئة الرقمية.
- محاكاة مواقف واقعية للتدريب العملي على الاتصال الاحترافي.

اليوم الخامس: تطوير استراتيجيات مستدامة لإدارة علاقات العملاء

- مراجعة وتحليل الأداء في الاتصال الرقمي.
- بناء خطط التحسين المستمرة للعلاقات مع العملاء.
- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في CRM.
- دمج الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء.
- إعداد تقارير تحليلية لدعم اتخاذ القرار.
- اختبار ختامي وتقييم شامل لمخرجات الدورة.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الإيجابيات والسلبيات!

- اكتساب معرفة تطبيقية بأحدث استراتيجيات الاتصال الرقمي.
- تطوير فهم عميق لسلوك العملاء في البيئة الرقمية.
- تحسين الأداء المؤسسي من خلال أدوات CRM فعالة.
- زيادة ولاء العملاء ورفع مستوى رضاهم.
- القدرة على تصميم وتنفيذ خطط تواصل استراتيجية.
- تعزيز مهارات اتخاذ القرار المبني على البيانات.
- تحسين السمعة المؤسسية عبر قنوات الاتصال المختلفة.
- الاستفادة من تجارب واقعية وأمثلة تطبيقية من السوق.

الخاتمة

تمثل هذه الدورة فرصة عملية لتطوير قدرات المديرين والقادة في بناء علاقات عملاء أكثر استدامة وفعالية من خلال الاتصال الرقمي الذكي.



من خلال الجمع بين الجانب الاستراتيجي والتطبيقي، تمكّن الدورة المشاركين من استخدام أدوات إدارة العلاقات الرقمية بفعالية لتحقيق نتائج ملموسة، وتعزيز ولاء العملاء، ودعم النمو المؤسسي.

إن استثمار الوقت في هذه الدورة هو استثمار مباشر في تحسين تجربة العميل وتحقيق التفوق التنافسي في السوق الرقمي الحديث.

