BLACKBIRD FOR TRAINING

إدارة علاقات العملاء ومهارات العرض

November 2026 27 – 23

لوس أنجلوس (امريكا)



إدارة علاقات العملاء ومهارات العرض

المرجع: 338214_3255327 **التاريخ:** 23 – 27 November 2026 **المكان:** لوس أنجلوس (امريكا) **الرسوم:** GBP 5900

مقدمة

في بيئة الأعمال الحديثة التي تزداد فيها المنافسة وتعتمد على تجربة العميل كعامل رئيسي للنجاح، أصبحت إدارة علاقات العملاء ومهارات العرض من الركائز الأساسية لتحقيق النمو المستدام والتميّز المؤسسي.

تُعنى هذه الدورة بتزويد المشاركين بفهم عميق لمفاهيم إدارة علاقات العملاء CRM باعتبارها أداة استراتيجية لتقوية الروابط مع العملاء وتعزيز ولائهم، إلى جانب تنمية مهارات العرض الفعّال التي تُمكّن القادة من توصيل الأفكار والمقترحات بطريقة مقنعة واحترافية.

من خلال مزيج متوازن من الجوانب التقنية والتحليلية ومهارات التواصل، تمنح هذه الدورة المشاركين القدرة على إدارة بيانات العملاء بكفاءة، وتحويل العروض التقديمية إلى أدوات تأثير حقيقية تدعم المبيعات والقرارات الاستراتيجية.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- فهم المفاهيم الأساسية لإدارة علاقات العملاء ودورها في تحقيق رضا العملاء.
- تحليل البيانات والأنماط السلوكية للعملاء لتحسين الأداء المؤسسي.
- استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة في تطوير استراتيجيات العلاقات طويلة الأمد.
- تصميم عروض تقديمية احترافية تدعم الأهداف التسويقية والبيعية.
- توظيف مهارات الإقناع والعرض الفعّال في الاجتماعات والمفاوضات.
- تحسين تجربة العميل من خلال التواصل الفعّال والمحتوى الموجه.
- بناء استراتيجيات تكاملية بين أنظمة إدارة العملاء والعروض المؤسسية.
- تعزيز الصورة المؤسسية من خلال تواصل بصري ولفظي مؤثر.



محاور الدورة

اليوم الأول: مقدمة في إدارة علاقات العملاء

- التعريف بمفهوم إدارة علاقات العملاء وأهميته في المؤسسات الحديثة.
- مكونات نظام إدارة العملاء والعلاقة بين الأقسام المختلفة.
- دورة حياة العميل وكيفية تعزيز ولائه على المدى الطويل.
- تحليل البيانات كأساس لاتخاذ قرارات استراتيجية دقيقة.
- تطبيق عملي: رسم خريطة تجربة العميل داخل المؤسسة.
- مناقشة حول تحديات تطبيق إدارة العملاء في المؤسسات.

اليوم الثاني: بناء استراتيجيات فعالة لإدارة العملاء

- تصميم استراتيجيات تحسين العلاقة مع العملاء الحاليين والجدد.
- تطوير قنوات تواصل متعددة لزيادة فعالية التفاعل.
- أدوات قياس رضا العملاء وتحليل مؤشرات الأداء.
- دور فرق المبيعات والدعم الفني في تحسين العلاقة.
- تمرين تطبيقي: إعداد خطة عمل متكاملة لإدارة العملاء.
- دراسة حالة لمؤسسات نجحت في تحسين ولاء العملاء.

اليوم الثالث: مهارات العرض الفعّال وأثرها في النجاح المؤسسي

- أساسيات العرض الاحترافي ومكوناته الرئيسية.
- كيفية إعداد محتوى العرض بناءً على نوع الجمهور والهدف.
- التحكم في نبرة الصوت ولغة الجسد أثناء التقديم.
- تنظيم الأفكار بطريقة تسلسلية تجذب الانتباه.
- تمرين عملي: بناء عرض تقديمي قصير حول منتج أو خدمة.
- تقييم الأداء الفردي وتقديم ملاحظات بناءة.



اليوم الرابع: الإقناع والتأثير في العروض التقديمية

- عناصر الإقناع الرئيسية في العروض الخطابية.
- بناء الحجج المدعومة بالبيانات والأمثلة الواقعية.
- فن التعامل مع الأسئلة والاعتراضات أثناء العرض.
- كيفية استخدام الوسائل البصرية لتعزيز الرسالة.
- تمرين جماعي: إعداد عرض تفاعلي أمام لجنة تدريبية.
- تحليل أساليب التأثير والتفاعل مع الجمهور.

اليوم الخامس: الدمج بين إدارة العملاء والعروض المؤسسية

- توظيف نتائج إدارة علاقات العملاء في تطوير العروض التقديمية.
- تحويل بيانات العملاء إلى قصص نجاح قابلة للعرض.
- تصميم عروض استراتيجية تدعم قرارات الإدارة العليا.
- إعداد خطط اتصال فعالة لتحسين تجربة العميل.
- تقديم عرض ختامي شامل يجمع بين التحليل والعرض المرئي.
- التقييم النهائي وتقديم ملاحظات تطوير فردية.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الإيجابيات والسلبيات!

- اكتساب فهم متكامل لأساليب إدارة علاقات العملاء الحديثة.
- تحسين القدرة على بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- تطوير مهارات العرض والإقناع لتقديم الأفكار بثقة واحترافية.
- تعزيز مهارات تحليل بيانات العملاء واستخدامها في القرارات.
- زيادة فعالية التواصل المؤسسي من خلال عروض مقنعة ومؤثرة.
- بناء سمعة مهنية قوية تعكس الاحتراف والقدرة على القيادة.
- تحسين نتائج المبيعات وخدمة العملاء عبر أدوات إدارة فعالة.
- الدمج بين المعرفة التقنية والمهارات الشخصية في بيئة العمل.

الخاتمة

تُعد دورة إدارة علاقات العملاء ومهارات العرض محطة مهمة لتطوير القدرات القيادية والاتصالية في المؤسسات الحديثة. فهي تجمع بين الجانب التحليلي القائم على البيانات والجانب الإنساني القائم على التواصل والإقناع.



من خلال هذا المزيج، يتمكن المشاركون من بناء علاقات أقوى مع العملاء، وتحويل البيانات إلى استراتيجيات عملية وعروض مؤثرة تدعم النمو المؤسسي. هذه الدورة تمثل استثمارًا مباشرًا في تحسين تجربة العميل، ورفع مستوى الأداء العام، وتعزيز الكفاءة التنظيمية على المدى الطويل.

