



رضا العملاء وولائهم

20 - 24 مارس 2025
لندن (المملكة المتحدة)



رضا العملاء وولائهم

رمز الدورة: 120051_104946 تاريخ الإنعقاد: 24 - 20 مارس 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) التكلفة: 5200 اليورو

لهجة عامة:

تُعد هذه الدورة مناسبة لوظيفتين، خدمة العملاء والتسويق حيث تشتمل المفاهيم المختلفة مثل رضا العملاء وولائهم. إن النظر في تفاصيل هذه المفاهيم كتقسيم العملاء وربحية العميل والبحوث المتعلقة بالعملاء وقيمة العملاء المقترحة وبرامج ولاء العملاء يجعلها قيمة جداً لقسم التسويق في المؤسسة.

أهداف الدورة

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- تفسير رضا ولاء العملاء وقياسه بطريقة مبدية و منهجية
- دعم استخدام أبعاد الربح لذي استراتيجية تتعلق بولاء العملاء
- ترتيب وتخطيط وإدارة تأثير استراتيجيات رضا العملاء
- تحديد شرائح العملاء وملف معلومات العميل والنهаж للحصول على أقصى تأثير استراتيجي
- إنشاء "المقترحات القيمة للعملاء"
- تطوير برامج ولاء العملاء الفعالة: معرفة ما يجب تقاديه وطرق التحسين

الفئات المستهدفة:

موظفو قسم التسويق وموظفو إدارة علاقات العملاء CRM وموظفو أقسام بيانات وأبحاث السوق ومندوبين ومندوبين ولاء العملاء ومندوبين المنتجات ومندوبين الأقسام ومندوبين ومندوبين قسم المبيعات ومندوبين ومندوبين خدمة العملاء.

الكفاءات المستهدفة:

- علاقة العملاء
- اتخاذ القرار المتوازن
- التوجه نحو النتائج
- فهم ما يحفز العملاء المحتملين
- تحليل المشاكل
- تحاليل الوضع

محتوى البرنامج

التعاريف الرئيسية:

- رضا ولاء وسعادة العملاء وكيفية الاحتفاظ بهم
- مستويات الولاء
- رضا العملاء وولائهم
- سعادة العميل

المقاييس الرئيسية لولاء العملاء:

- مؤشر رضا العملاء CSI ومعدل الاحتفاظ بالعملاء CRR
- تأثير الربح المتعلق بمعدل الاحتفاظ بالعملاء CRR
- الهدية المتوقعة لولاء العميل
- مؤشر ولاء العملاء

علاقة ولاء العملاء بالذرباج:

- تكلفة ولاء العملاء
- مشاكل مبادئ المحاسبة المقبولة عمومياً GAAP
- التكاليف الهيئية على أساس النشاط ABC
- ربحية العملاء وونحنى الحوت
- ربحية العملاء في الشركات التي تقوم بأفضل الممارسات
- الربحية الاستراتيجية

تصميم الاستبيان:

- الاستطلاعات والاستبيانات
- الهدف من الاستبيان
- النشخص المهتمين
- كتابة الأسئلة
- طرق أخذ العينات
- الإدارة والتحليل

استبيانات رضا العملاء:

- مسودات رضا العملاء
- المبادئ التوجيهية لاستبيانات العملاء
- مقاييس الاستبيانات المختلفة
- أنواع استبيانات رضا العملاء: الاستبيانات الهيئية على أساس التعامل مقابل الاستبيانات الهيئية على الصورة
- من وماذا نقيس
- كيف تطلب
- مكونات الولا
- أهمية التركيبة السكانية

شرايح العملاء:

- النبعاد المتعلقة بالمواقف والسلوك
- المتغيرات الديموغرافية والاستهلاكية والتجارية
- ملف معلومات العميل
- نهجة العملاء
- أنواع العملاء في قطاع الأعمال B2B

مفتاح ولاء العملاء, القيمة المقترحة للعملاء:

- قيمة المقترحة: التعاريف
- لماذا القيمة المقترحة
- بناء القيمة المقترحة
- صياغة القيمة المقترحة
- القيمة المقترحة الفعالة, النتيجة

بناء ولاء العملاء:

- كيفية تعزيز ولاء العملاء
- ولاء العملاء 6Ps
- المنهجية ذات المستويين
- قوانين ولاء العملاء
- برامج ولاء العملاء: الخلفية والمبررات
- برامج ولاء العملاء: ما الذي يجب تجنبه
- أنواع برامج ولاء العملاء
- أسباب تدعو للانضمام إلى برامج ولاء العملاء
- برامج ولاء العملاء المختلفة
- المكافآت والقيمة المتصورة
- توسيع النتائج

نموذج تسجيل :
رضا العملاء وولانهر

رمز الدورة: 120051 تاريخ الإنعقاد: 24 - 20 مارس 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) التكلفة: 5200 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

الهسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

العنوان:

البلدية / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

الهسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي