



رضا العهلاء وولائهم

2024 06 - 02 ديسمبر  
أهستردام (هولندا)



## رضا العملاء وولائهم

رمز الدورة: 120051\_111855 تاريخ الإنعقاد: 02 - 06 ديسمبر 2024 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) التكلفة: 4900 اليورو

### لهجة عامة:

تُعد هذه الدورة مناسبة لوظيفتين، خدمة العملاء والتسويق حيث تشمل 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 هجدية و منهجية
- دعم استخدام أبعاد الربح لذي استراتيجية تتعلق بولاء العملاء
- ترتيب وتخطيط وإدارة تأثير استبيانات 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 ومندراء ومشرفو برامج ولاء العملاء ومندراء المنتجات ومندراء الأقسام ومندراء ومشرفو قسم المبيعات ومندراء ومشرفو 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 الولااء
- أهمية التركيبة السكانية

## شرايح العملاء:

- النبعاد المتعلقة بالمواقف والسلوك
- المتغيرات الديموغرافية والاستهلاكية والتجارية
- ملف معلومات العميل
- نهذجة 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

نهجودخ تسجبل :  
رضاء العملاء وولانهر

رمز الءورة: 120051 تاريخ الإنعءاء: 02 - 06 ءبسمبر 2024 ءولة الإنعءاء: أهسءراءم (هولءاء) الءكفاءة: 4900 البورو

معلوءاء المشارء

النسم الكاهل (السبء / السبءة ):

.....

..... الهسمى الوظبفب:

..... الهاءف / الءوال:

..... البربء الإلكءرونب الشءصب:

..... البربء الإلكءرونب الرسمب:

معلوءاء ءهة العهل

..... اسم الشركة:

..... العنواء:

..... الهءبنة / الءولة:

معلوءاء الشءص المسؤول عن ءرشبء الموظفب

النسم الكاهل (السبء / السبءة ):

.....

..... الهسمى الوظبفب:

..... الهاءف / الءوال:

..... البربء الإلكءرونب الشءصب:

..... البربء الإلكءرونب الرسمب:

ءرق الءفع

الربء إرسال الفاءورة لب

الربء إرسال الفاءورة لشركءب