



إدارة ولاء ورضا العملاء



إدارة ولاء ورضا العملاء

المقدمة:

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

الفئات المستهدفة:

- مدراء ومشرفو برامج ولاء العملاء.
- مدراء المنتجات.
- مدراء الأقسام.
- مدراء ومشرفو قسم المبيعات.
- مدراء ومشرفو خدمة العملاء.
- موظفو قسم التسويق.
- موظفو إدارة علاقات العملاء CRM.
- موظفو أقسام بيانات وأبحاث السوق.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تفسير رضا وولاء العملاء وقياسه بطريقة مجدية و منهجية.
- دعم استخدام أبعاد الربح لذي استراتيجية تتعلق بولاء العملاء.
- ترتيب وتخطيط وإدارة تأثير استبيانات رضا العملاء.
- تحديد شرائح العملاء وهلف معلومات العميل والنماذج للحصول على أقصى تأثير استراتيجي.
- إنشاء "المقترحات القيمة للعملاء".
- تطوير برامج ولاء العملاء الفعالة: معرفة ما يجب تفاديه وطرق التحسين.

الكفاءات المستهدفة

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

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، التعاريف الرئيسية:

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

الوحدة الثانية، 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 بالنزاج
- 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

الوحدة الثالثة، تصهير الاستبيان:

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

الوحدة الرابعة، استبيانات رضا العملاء:

- مسوحات 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 الولاء
- أهمية التركيبة السكانية

الوحدة الخامسة، شرائح العملاء:

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

الوحدة السادسة، هفتاح ولاء العملاء: القيمة المقترحة للعملاء:

- قيمة المقترحة: التعريف
- لهذا القيمة المقترحة
- بناء القيمة المقترحة
- صياغة القيمة المقترحة
- القيمة المقترحة الفعالة: النتيجة

الوحدة السابعة، 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