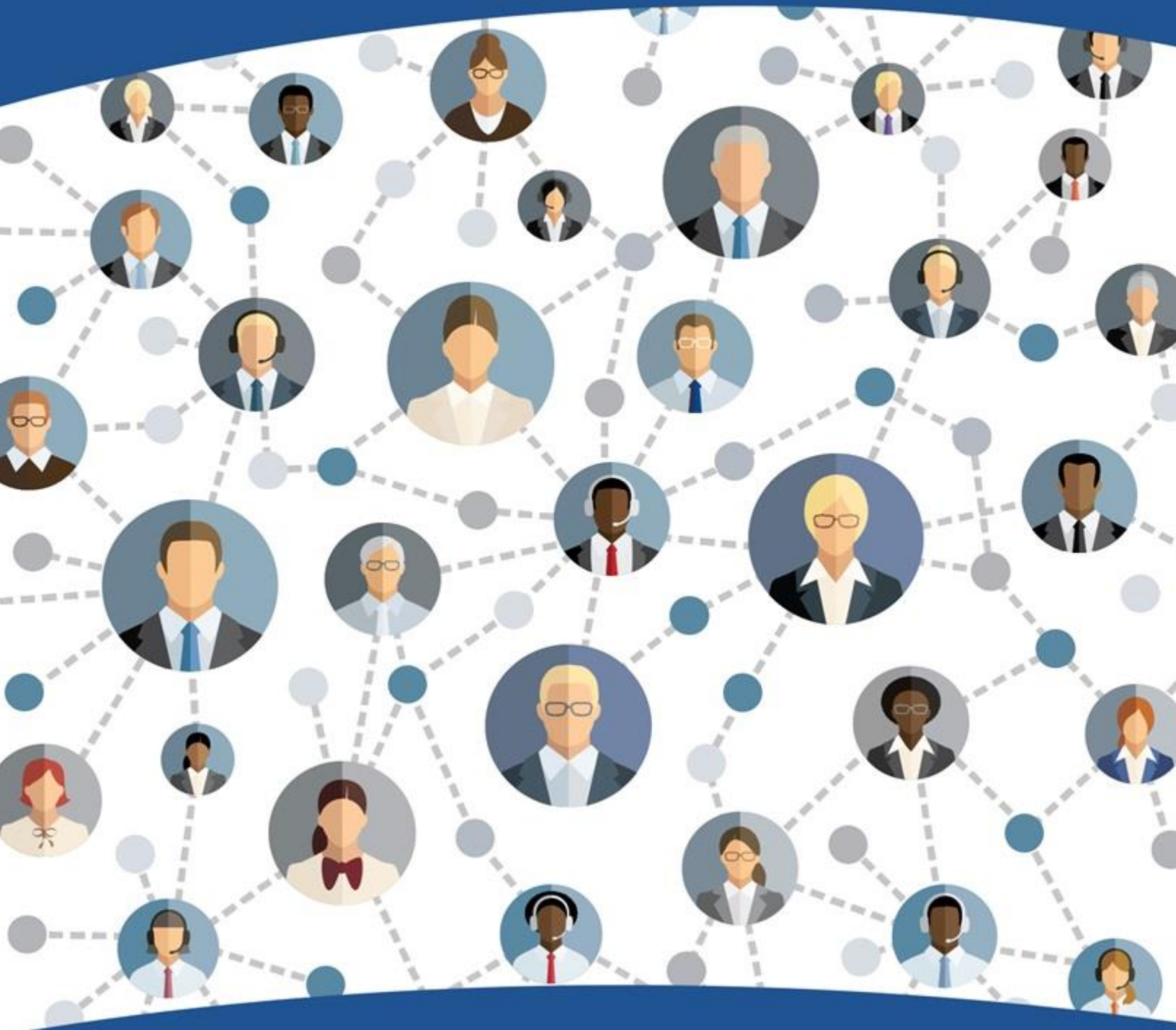
معهد الخليج



الحائز على جائزة أفضل معهد تدريبي في الخليج

إستراتيجيات إدارة و تنمية و المحافظة على العملاء

فكرة الدورة

- في عصر تتسبب فيه وسائل التواصل الإجتماعي و الإلكتروني المختلفة في تزايد التحديات والصعوبات التي تواجهها المؤسسات المعاصرة يوماً بعد يوم، لم تعد مهمة جذب العملاء الجدد هي فقط ما يشغل إدارة الشركة وموظفيها، بل أصبحت أيضاً مهمة الإحتفاظ بالعملاء أمراً في غاية الأهمية، وتحدياً في قمة الصعوبة.
- ولم تعد أيضاً مهمة الإحتفاظ بالعملاء وتنميتهم، مهمة بسيطة نتاج لممارسات يومية منفصلة، بل أصبحت تتطلب صياغة إستراتيجية واضحة ومحددة وقابلة للمتابعة والتنفيذ، إستراتيجية طويلة الأجل تترجم إلى أهداف متنوعة الأجال وممارسات متعددة الأطراف، من شأنها تطوير العلاقة بين الشركة والمؤسسة إلى مستوى العلاقات الإستراتيجية التكاملية، بما يمكّن المؤسسة من تحقيق أهدافها وتعظيم أرباحها، وخلال هذه الدورة التدريبية المتميزة التي يقدمها معهدنا سوف يتمكن المشاركون من وضع وتنفيذ ومتابعة إستراتيجيات إدارة العملاء من أجل تنميتهم والمحافظة عليهم، وذلك من خلال إكساب المتدرب القدرة على تطبيق نماذج وإستراتيجيات تلاءم المؤسسات المعاصرة في المنطقة العربية والأفريقية.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة التدريبية سوف يكون المشاركون قادرون على:

- إستيعاب ماهية و أهمية الإحتفاظ بالعميل و تنمية العلاقة معه
- تطبيق الإستراتيجيات و الأدوات المتنوعة التي من شأنها زيادة درجة رضا العملاء و الإحتفاظ بهم
- تطبيق إستراتيجيات تقسيم السوق و إستهداف العملاء عبر وسائل التواصل التسويقي المختلفة
- الإستفادة تسويقياً و إستراتيجياً من الوضع الراهن الذي يواجه العالم بعد تحديات أزمة كورونا
- التعامل الإستراتيجي الإيجابي مع كافة أنواع العملاء وإقناعهم بما يخدم أهداف الشركة

الفئات المستهدفة

- هذه الدورة التدريبية تناسب مجموعة واسعة من الوظائف القيادية والإشرافية والتنفيذية بالمؤسسة، و تناسب كل من لديه الرغبة في تطوير جداراته في الحفاظ على العملاء وتطوير علاقته معهم، ولكن بالأخص هناك مجموعة من الفئات التي قد تولي إهتماماً خاصاً بهذه الدورة مثل:
- المديرين والعاملين بإدارة التسويق والمبيعات بالمؤسسة
- المديرين والعاملين بإدارة خدمة العملاء وإدارة حسابات العملاء بالمؤسسة
- المتعاملين بشكل مباشر مع عملاء الشركة
- جميع المدراء بمستوى الإدارة العليا والوسطى و المسؤولين والمشاركين في وضع الإستراتيجية التسويقية بالشركة

محاور الدورة

حقائق و حالات واقعية عن الحفاظ على العملاء "لا تصنع أعدائك"

- إقتصاديات ولاء العملاء
- ولاء العملاء و سمعة الشركات
- ما هو ولاء العميل؟
- كيف نستفيد من الوضع الراهن؟ (عقلية تحويل المشاكل الى فرص)
- ما هية القيمة و الجودة، و كيفية بناء المصداقية

فهم العميل أكثر من ذاته

- إستراتيجيات تقسيم - تجزئة السوق
- إستراتيجيات تنمية حسابات العملاء
- شخصية العميل Client Persona
- صناعة (قيمة مقترحة) مقنعة
- الخصائص الجديدة لسلوك العملاء

سيكولوجية التأثير

- قانون التبادل و إستخدامه في التأثير التسويقي
- قانون التباين للإقناع التسويقي
- إستخدام قانون الإلتزام و الإستمرارية لصالحك
- قوة البرهان الإجتماعي وعلاقته بالتسويق
- إستخدام قانون الندرة للإقناع
- قانون الوثوقية Authority والمحبة في التأثير السيكولوجي

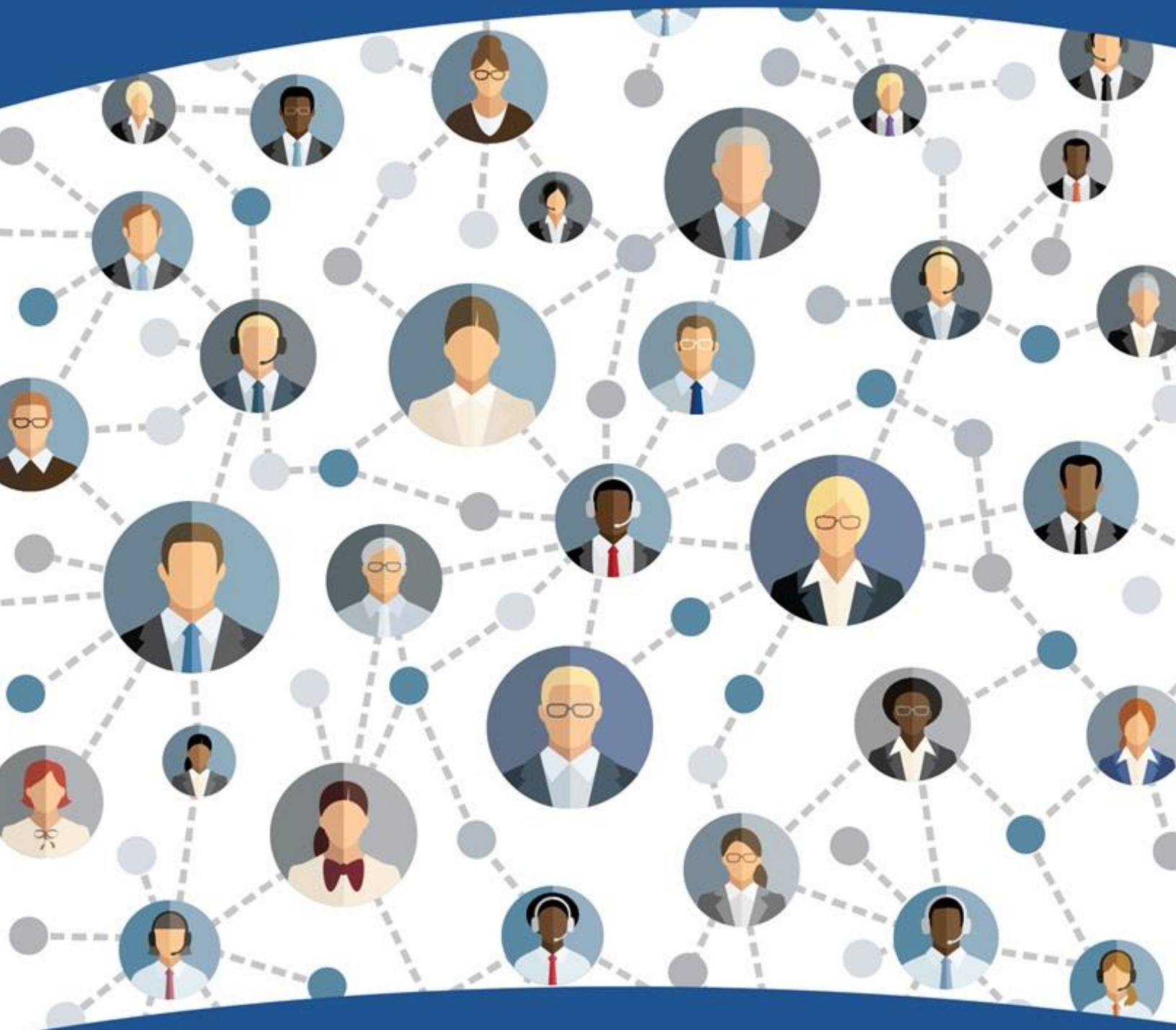
توصيل القيمة Communicating Value

- أساسيات التواصل الإنساني المؤثر لبناء المصداقية
- معوقات الإتصال
- كيف تجذب الإنتباه Commanding Attention و تكون مقنعاً Compelling
- إختيار رسالة مناسبة للجمهور و وسيلة التواصل
- تطوير إستراتيجية تواصل إجتماعي إلكتروني
- العلاقات الالكترونية E-Relationships

التحسين المستمر و التخطيط للأفضل

- تطوير قيمة مدركة مقنعة
- أدوات و أساليب التحسين المستمر
- أدوات حل المشكلات المتوقعة
- الإبداع و الإبتكار
- بناء العلاقات و الترابطات Rapport

معهد الخليج



الحائز على جائزة أفضل معهد تدريبي في الخليج