

إدارة علاقات العملاء Customer Care

أهداف البرنامج:

- الفهم الواضح لإدارة العلاقات بالعملاء وأهميتها.
- مناقشة التحولات الهامة التي أحدثتها إدارة علاقات العملاء.
- سياسات التعامل مع العملاء.
- تقنيات إدارة علاقات العملاء.
- البيانات التي تركز عليها إدارة علاقات العملاء.
- كيفية بناء نظام إدارة علاقات العملاء.
- كيفية إدارة شكاوي العملاء.

أسلوب التدريب

المحاضرة القصيرة - أفلام فيديو - المناقشة الجماعية - الحالات العملية - مجموعات العمل

الشهادات:

يحصل المشاركون والذين أتموا 80% من وقت البرنامج على شهادات مشاركة من BTS

البرنامج موجه إلى:

مدراء المبيعات ومسؤولي التسويق ومعدو الخطط التسويقية في القطاعين العام و الخاص.

محتويات البرنامج

- التعريف بالمفهوم التسويقي الشخصي والتسويق التقليدي.
- ما هي إدارة علاقات العملاء؟
- ما هي جوانب المنظمة المتعلمة؟

- المعرفة بالسوق.
- المعرفة بالذات.
- المعرفة بالعملاء.

○ التحولات الهامة التي أحدثتها إدارة علاقات العملاء:

- التحول من الرضا الى الولاء.
- التحول من التعاملات الى العلاقات.

- القواعد الذهبية لتحويل التعاملات الى علاقات.
- فوائد إدارة علاقات العملاء وأهميتها.
- تقييم العملاء حسب درجة: الربحية, الولاء, الرضا, الشكاوي... الخ.
- هل أنت بحاجة لإدارة علاقات العملاء:

- التركيز ربحية العميل.
- أسلوب الاتصال بالعملاء.

○ محاور القيمة:

- خصائص المنتجات.

○ سياسات التعامل مع العملاء:

- اكتساب العملاء الجدد.
- الاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
- استعادة العملاء القدامى.

○ ولاء العملاء:

- العوامل المؤثرة على ولاء العملاء.

○ تقنيات إدارة علاقات العملاء:

- الاتصالات الداخلية.
- الاتصالات الخارجية.

○ البيانات التي تركز عليها إدارة علاقات العملاء:

- بيانات ديموغرافية.
- بيانا سلوكية... الخ.

○ كيفية بناء مخزن المعلومات:

- مرحلة تحديد المعلومات اللازمة ومصادرها.
- مرحلة الحصول على المعلومات وتبويبها.
- مرحلة الاستفادة من المعلومات.
- مرحلة تطوير المعلومات وتعديلها.

○ سمات و خصائص مخزن المعلومات:

- التفصيل.
- الحداثة... الخ.

○ موقع إدارة علاقات العملاء في دورة المؤسسة.

○ أسباب فشل إدارة علاقات العملاء وكيفية التغلب عليها.

- من هو العميل المربح؟
- خطوات التعامل مع العملاء المربحين.
- تطبيقات.
- إدارة شكاوي العملاء:

- لماذا لا يشتكي العملاء؟
- الخطوات الهامة لحل المشاكل.

- نقل الخبرة داخل المؤسسة.