

إدارة علاقات العملاء (CRM)

بتاريخ	الرسوم (\$)	سجل الآن
٢٥ ديسمبر - ٢٥ ديسمبر ٢٠٢٥	٣٥٠٠	كوالالامبور



أهداف البرنامج:

1. تطوير إستراتيجية المؤسسة في "إدارة علاقات المتعاملين"
2. تحديد المبادرات الأساسية التي تعزز عملية تنفيذ مفهوم "إدارة علاقات المتعاملين"
3. تحليل فوائد وتكاليف تطبيق إستراتيجية "إدارة العلاقات المتعاملين"
4. تصميم برنامج إدارة التغيير للمساهمة في إنجاح عملية التنفيذ

المحتويات:

إدارة علاقات المتعاملين:

- تعريف المقصود بمفهوم إدارة العلاقات للعملاء.
- أهمية مفهوم إدارة العلاقات للعملاء.
- الإطار الاستراتيجي لمفهوم إدارة العلاقات للعملاء.
- النقاط الأساسية في تطبيق إدارة العلاقات للعملاء.

- الفرق بين التركيز التقليدي والشهولي في إدارة العلاقة.
- طبيعة علاقة المؤسسة مع العميل.
- تفاعل العميل مع المؤسسة.
- نصائح في إدارة العلاقة مع العميل.

التركيز على العميل:

- الفرق بين التركيز التقليدي والشهولي في إدارة العلاقة
- الأهداف الكلية في التركيز على العميل.
- مهارات التركيز في التعامل مع العميل.
- طرق جمع البيانات حول مستوى الخدمة.

جودة مستوى الخدمة المتميزة:



- السمات الأساسية المميزة لجودة الخدمة.
- خطوات التعرف على نقاط الضعف في تقديم الخدمة.
- عناصر النجاح الأساسية في تقديم الخدمة.
- مضاعفة القيمة المضافة للخدمة.
- طرق جمع البيانات حول مستوى الخدمة.
- الأهمر الخمس الصحيحة في توزيع الالتهامات.

احتياجات ومتطلبات وقياس رضا العميل:

- معرفة وفهم احتياجات ومتطلبات العميل.
- نموذج رضا العميل.
- الاستماع إلى أهداف العميل.
- الأسلوب المتطور لاحتياجات العميل.
- فرص إرضاء العميل.
- نموذج القيمة المرغوبة للعميل.
- تحطيم معوقات كسب رضا العميل.
- مبادئ قياس رضا العميل.

أساليب التدريب:

- الرحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية

00971504646499 
info@britishtc.org 
www.britishtc.org 