

استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتحقيق النمو: دليل محسن لمحركات البحث

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM2-111

هدف الكورس

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- الحصول على دعم من أصحاب المصلحة لاستراتيجيتك للنمو الاستراتيجي.
- فهم تقسيم العملاء واكتشاف ما يريده أنواع العملاء لديك.
- التعمق في رحلة العميل لمعالجة نقاط الألم.
- فهم كيفية معالجة عدم الرضا لتحقيق نتيجة إيجابية.

- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية حول الاحتفاظ بالعملاء.
- إنشاء استراتيجية مكافآت للعملاء العائدين.
- مراقبة مستويات الاحتفاظ بالعملاء وإجراء تغييرات لدعم مجالات التطوير.
- تدريب جميع الموظفين على أهمية تقديم خدمة عملاء جيدة، بغض النظر عن القسم الذي ينتمون إليه.

الجمهور

تم تصميم هذه الدورة لأي شخص مسؤول عن تحسين خدمة العملاء أو تجربة العميل لتعزيز الاحتفاظ في أي عمل تجاري. ستكون ذات فائدة كبيرة لـ:

- أصحاب الأعمال
- المديرين التنفيذيين
- مديري العمليات
- مديري خدمة العملاء
- قادة الفرق
- المشرفين
- مخططي المشاريع
- مديري التغيير
- موظفي رعاية العملاء في الخط الأمامي
- ضباط الجودة

منهجية التدريب

يستخدم هذا البرنامج التعليمي مجموعة متنوعة من أساليب التعلم للكبار لتعزيز الفهم والاستيعاب الكامل. سيشاهد المشاركون استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء من شركات ناجحة، ويشاركون في تمارين تعلم جماعي لإنشاء خرائط رحلات لأنواع محددة من العملاء.

ستشارك المجموعات في تطوير خطة مبتكرة للاحتفاظ أو المكافآت مصممة خصيصًا لتلبية متطلبات معينة، وستقوم بتقديم عروض توضيحية حول كيفية تنفيذ هذه الخطة للمساهمين والعملاء للحصول على أفضل استجابة ممكنة.

الملخص

تكلفة اكتساب عميل جديد تصل إلى خمسة أضعاف تكلفة الاحتفاظ بعميل حالي. يتطلب الاحتفاظ بالعملاء أكثر من مجرد تقديم منتجات رائعة؛ فهو يستلزم تقديم خدمة عملاء ممتازة وإضافة قيمة مميزة للتميز عن المنافسين. العملاء الراضون غالبًا ما يشاركون تجاربهم الإيجابية، مما يساعد في توسيع قاعدة عملائك مجانًا، بينما يمكن للتجارب السلبية أن تضر بسمعتك.

للاحتفاظ بالعملاء، يجب تحسين خدمة العملاء باستمرار، والتعامل مع الملاحظات بفعالية، وإنشاء أنظمة آلية سهلة الاستخدام. تشمل استراتيجية الاحتفاظ القوية تحسين منصتك أو تقديم مكافآت للمستخدمين المتكررين. ضمان توافق جميع أقسام العمل مع استراتيجية الخدمة الخاصة بك يضمن النجاح والربحية على المدى الطويل.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Managing Client & Customer Expectations

- Understanding the ‘customer is always right’ philosophy.
- Training from the top down to encourage customer focus.
- The cost of retention and building your business.
- Creating a customer-focused culture.
- Your client management model and adjustments.
- What is your customer base, and what are the next steps you are aiming for?

Section 2: Addressing Your Customer Retention Strategy

- How do your customers find you?
- What attracts your customers to your service?
- Why do customers leave?
- Your customer journey map.
- Identifying pain points.
- Your next necessary steps.
- Creating a product that requires repeat business.

Section 3: Influencing & Negotiation

- The rule of reciprocity.
- Your commitment to consistent service.
- Developing brand loyalty.

- The power of customer satisfaction and reviews.
- Reaching out for feedback.
- Establishing authority in the market.
- Your ethics and values as a business.

Section 4: Using Powerful Communication Strategies

- Your communication methods.
- Automating your experience.
- The limitations of service and looking at alternative solutions.
- Risk assessments on face-to-face communication.
- Accessibility requirements and the Equality Act 2010.
- Translation services and cross-cultural understanding.
- Social media usage - what works and what doesn't?

Section 5: Developing A Rewards Platform

- Prize-based buying.
- Collecting coins for money off.
- Customer referral schemes.
- Understanding your customer requirements.
- Customer retention that matches your brand.

Section 6: Constant Reviewing & Aiming for Continuous Improvement

- Continuous improvement based on assessment and review.
- Your KPIs against scorecards.
- Setting SMART targets across the business.
- Audit trails to evidence improvement.
- Customer satisfaction surveys.
- Quantitative and qualitative results.
- Moving into the future of service.

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993.او ISO 21001او ISO 9001 كما أنها معتمدة وفق معايير ،(CPD) المستمر

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة ،CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد .Holistique Training التدريب من .لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة

التصنيفات

خدمة العملاء والعلاقات العامة, الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



ما هو علم سلوك المستهلك؟

في عالم التسويق المتطور، يتسارع التحول نحو استخدام علم سلوك المستهلك كأداة حيوية لفهم وتحليل تفاعلات العملاء مع المنتجات والخدمات. يعد علم سلوك المستهلك مجالًا مهماً يركز على فهم العوامل والظروف التي تؤثر على سلوك العملاء أثناء عمليات اتخاذ القرارات الشرائية. يقوم هذا العلم بدراسة تفاعلات الأفراد مع المنتجات، وتحليل