

تقسيم العملاء ورسم مسار الرحلة: دليل السيو

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM2-112

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- .تقسيم العملاء بناءً على بيانات دقيقة
- .تطوير خطة عمل لحل أي مشكلات يواجهها كل نوع من العملاء
- .مساعدة جميع الأقسام على فهم ضرورة التركيز على العملاء
- .إنشاء تجارب مجزية لكل نوع من العملاء بناءً على احتياجاتهم، وما يرغبون في شرائه، ومتى يكونون متاحين
- .تطوير خدمات مؤتمتة للعملاء على منصات التواصل المتاحة
- .استهداف جهود التسويق بشكل خاص لجمهورك المستهدف المتنوع

- فهم ومجاراة مزاج كل نوع من العملاء عند التواصل.
- بيع فوائد منتجاتك للعملاء بناءً على تقسيمهم.
- تطوير طرق التغذية الراجعة واستطلاعات رضا العملاء للحصول على المعلومات الأكثر فائدة.

الجمهور

تم تصميم هذه الدورة لمساعدة أي شخص مسؤول عن إنشاء مصفوفة تقسيم العملاء لتقديم خدمة عملاء وتسويق على مستوى عالمي لمجموعات عملاء محددة. ستكون هذه الدورة مفيدة بشكل خاص لـ:

- مديري خدمة العملاء
- مديري التسويق
- مديري المبيعات
- مديري العمليات
- محللي البيانات
- أصحاب الأعمال
- المديرين
- التنفيذيين
- موظفي خدمة العملاء في الخط الأمامي
- قادة الفرق
- المشرفين
- موظفي العلاقات العامة
- أخصائيي وسائل التواصل الاجتماعي

منهجية التدريب

يستخدم هذا الدورة مجموعة متنوعة من تقنيات التعلم للكبار لتعزيز الفهم الكامل. سيشاهد المشاركون مقاطع فيديو لفهم مفهوم تقسيم العملاء وكيف يمكن أن يفيد الأعمال التجارية. كما سيطلعون على دراسات حالة واقعية ليروا كيف تقوم الشركات الأخرى بتقسيم قاعدة عملائها وكيف يمكن تخصيص فرص التسويق وخدمة العملاء لجمهور محدد.
سيتم تقديم أنشطة جماعية للمشاركين لتحديد مجموعات تقسيم افتراضية وتقييم خطة عمل للنمو المحتمل بناءً على احتياجات ورغبات مجموعة العملاء. سيقوم كل فريق بتقديم عرض تقديمي يبرز "عامل الإبهار" حول الخطوات التالية للأعمال بناءً على ما يُحتمل أن يطلبه العملاء في المستقبل.

الملخص

فهم العملاء يضمن تكرار التعاملات ويعزز الرضا. يمكن تصنيف العملاء بناءً على الهوايات، العمر، الجنس، والاحتياجات. تلبية هذه الاحتياجات الفردية تزيد من المبيعات والتفاعل.

ابدأ بمراجعة بيانات المبيعات والعملاء الحالية لتحديد أنواع العملاء المختلفة وتفضيلاتهم. استخدم تقارير دقيقة وتحليلات البيانات لفهم رحلتهم، من الاتصال الأولي إلى الشراء، وتحديد نقاط الضعف.

التحسين المستمر الموجه لكل شريحة من العملاء يضمن تجربة شخصية ومرضية، مما يحافظ على عودتهم ويساهم في نمو الأعمال.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Customer Profiling Techniques

- Customer profiling and how it can help you.
- The Myers-Briggs Type Indicator.
- DISC Temperament profiling.
- Developing your customer persona.
- The 4 types of customers and what they want from your service.
- Developing your business cases around your segmentation.

Section 2: Mining Data & Segmentation Analysis

- Finding the right data.
- Mapping from age, gender, hobbies and previous behaviours.
- Data mining and storage opportunities.
- How to pull in extra data from your customer.
- The benefits of social media profiling.
- SWOT analysis to make strategic decisions.
- PESTLE analysis.
- Creating a predictive model.
- Return and churn - your customer lifecycle.

Section 3: Communication & Customer Contact to Improve the Customer Journey

- Getting into the customer mindset.

- Understanding your customers’ needs.
- Appropriate communication methods.
- Customer communication, active listening and body language.
- Receiving feedback and acting on it.
- The science of persuasion.
- Preferred learning styles.
- Benefits vs. functions - what does your customer want to hear?

Section 4: Creating the WOW Factor Across the Board

- Competitor evaluation.
- Customer journey mapping and pain point research.
- Motivating and encouraging reviews and feedback.
- Resolving issues to create better interactions.
- Looking at how your ‘touch points’ affect your customer interactions.
- Training and development benefits.
- Customer-focused SMART targets.
- Managing performance around interaction and marketing opportunities.

Section 5: Strategic Segmentation Planning for Continuous Improvement

- Looking for future wins.
- Using data to forecast societal change.
- What will your customer want in the future?
- How to improve on your current offering.
- Your ‘journey to good.’
- Time management techniques and turnaround times to exceed expectations.
- Leading a team to success through customer focus.

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.

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

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

التصنيفات

خدمة العملاء والعلاقات العامة, الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



Customer-Centric Culture: The Path to Lasting Success

Prioritise your customers' needs and create a seamless experience with a customer-centric culture. Learn its importance, best practices, and how it fosters loyalty and a competitive .edge