HOLISTIQUE TRAINING



Customer Profiling Techniques & Procedures

تقنيات وإجراءات تحليل العملاء في العربية

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM2-116

هدف الكورس

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أهمية تحديد ملامح العملاء للتسويق المستهدف وتحسين تفاعل العملاء.
- تعلم تقنيات متنوعة لجمع وتحليل بيانات العملاء.
- تطوير مهارات لإنشاء ملفات تعريف مفصلة للعملاء، تشمل المعلومات الديموغرافية والنفسية والسلوكية.
- اكتساب المعرفة باستخدام ملفات تعريف العملاء لإثراء استراتيجيات التسويق وتطوير المنتجات.
- تعلم كيفية تحديث ملفات تعريف العملاء باستمرار بناءً على تغير سلوك العملاء واتجاهات السوق.
- فهم كيفية استخدام ملاحظات العملاء والاستبيانات لتعزيز دقة تحديد الملامح.

الجمهور

:هذه الدورة موجهة إلى

- **المتخصصون في التسويق** : الأفراد المسؤولون عن تطوير الحملات التسويقية والاستراتيجيات المستهدفة.
- **مديرو وممثلو المبيعات** : المهنيون الذين يسعون لفهم أفضل للفئات المستهدفة وتكييف أساليبهم البيعية.
- **محللو الأعمال** : الذين يشاركون في أبحاث السوق وتحليل رؤى العملاء واتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات.
- **موظفو خدمة ودعم العملاء** : الأفراد الذين يهدفون إلى تحسين تجارب العملاء من خلال فهم احتياجاتهم وسلوكياتهم المتنوعة.
- **مديرو المنتجات** : المهنيون الذين يركزون على تطوير وتحسين المنتجات بناءً على ملفات تعريف العملاء وطلب السوق.
- **رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة** : الذين يسعون لتحسين جهودهم التسويقية والبيعية من خلال فهم عملائهم المستهدفين.

منهجية التدريب

يتبنى هذا الدورة مزيجًا من التعليم النظري والتطبيق العملي لضمان قدرة المشاركين على تطبيق تقنيات تصنيف العملاء بفعالية:

- **المحاضرات والعروض التقديمية** : تبدأ الدورة بجلسات يقودها خبراء حول مفاهيم تصنيف العملاء، وطرق جمع البيانات، وتقنيات التقسيم.
- **المناقشات الجماعية التفاعلية** : سيشارك المشاركون في مناقشات لاستكشاف مختلف الأساليب لتصنيف العملاء، وتبادل الخبرات، ومعالجة التحديات.
- **تحليل دراسات الحالة** : سيتم تحليل أمثلة واقعية لنجاح تصنيف العملاء، مما يتيح للمشاركين التعلم من أفضل الممارسات والاستراتيجيات المبتكرة.
- **ورش عمل تحليل البيانات العملية** : سيعمل المشاركون مع مجموعات البيانات لممارسة تقسيم العملاء، وتحليل أنماط السلوك، وإنشاء شخصيات المشتري.
- **سيناريوهات لعب الأدوار** : سيقوم المشاركون بمحاكاة تفاعلات العملاء من خلال تمارين لعب الأدوار لتحسين فهمهم لتصنيف العملاء وتقسيمهم.
- **التقييمات والتغذية الراجعة** : ستساعد الاختبارات والواجبات وجلسات التغذية الراجعة الجماعية المشاركين على ترسيخ معرفتهم وتحديد مجالات التحسين.

الملخص

يُعدّ تحليل العملاء عملية إنشاء أوصاف مفصلة لمختلف الفئات ضمن قاعدة عملاء المؤسسة. تُعتبر هذه المعلومات ضرورية لتطوير استراتيجيات تسويق مخصصة، وتعزيز تجارب العملاء، وتحسين عروض المنتجات والخدمات. يوفر برنامج التدريب "تقنيات وإجراءات تحليل العملاء" للمشاركين الأدوات والتقنيات اللازمة لتحديد وتصنيف وفهم عملائهم، مما يضمن تفاعلًا أكثر استهدافًا وفعالية.

يغطي هذا البرنامج مجموعة من تقنيات تحليل العملاء، بدءًا من جمع وتحليل البيانات الديموغرافية إلى فهم العوامل النفسية وأنماط السلوك وعادات الشراء. سيتعلم المشاركون كيفية إنشاء ملفات تعريف شاملة للعملاء، تُعرف أيضًا بشخصيات المشتري، التي تساعد المؤسسات على التواصل بشكل أكثر فعالية مع جمهورها المستهدف. بالإضافة إلى ذلك، سيستكشف البرنامج كيفية استخدام تحليلات البيانات والاستبيانات وملاحظات العملاء في التحليل وطرق استغلال هذه المعلومات في الحملات التسويقية وتطوير المنتجات واستراتيجيات خدمة العملاء.

بنهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون مجهزين للقيام بأنشطة تحليل العملاء التي تعزز اتخاذ القرارات بشكل أفضل، وتحسن فعالية التسويق، وتعزز رضا العملاء. يُعدّ البرنامج مثاليًا للمهنيين في مجال التسويق ومديري المبيعات والمحللين التجاريين وموظفي خدمة العملاء الذين يسعون لتعميق فهمهم لسلوكيات وتفضيلات العملاء.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Customer Profiling

- What is Customer Profiling, and Why is it Important?
- The Role of Customer Profiles in Marketing, Sales, and Product Development
- Key Components of Effective Customer Profiles

Section 2: Data Collection for Customer Profiling

- Gathering Demographic Data: Age, Gender, Income, Location, etc.
- Understanding Psychographics: Lifestyle, Interests, Values, and Attitudes
- Behavioural Data: Purchase History, Website Interactions, and Engagement Metrics
- Using Surveys, Interviews, and Focus Groups for Data Collection

Section 3: Techniques for Analysing Customer Data

- Segmentation Methods: Demographic, Geographic, Psychographic, and Behavioral Segmentation
- Using Data Analytics Tools (e.g., CRM Software, Google Analytics) for Customer Insights
- Identifying Patterns and Trends in Customer Behavior
- Building Data-Driven Customer Personas

Section 4: Creating Comprehensive Customer Profiles

- Steps to Developing Detailed Buyer Personas
- Mapping Customer Journeys: Understanding Touchpoints and Experiences
- Incorporating Customer Needs, Pain Points, and Motivations into Profiles
- Creating Actionable Insights from Customer Profiles

Section 5: Applying Customer Profiles in Marketing Strategies

- Targeted Marketing Campaigns Based on Customer Segmentation
- Personalising Communication and Offers for Different Customer Segments
- Product Development and Service Enhancements Informed by Customer Profiles
- Aligning Sales Strategies with Customer Preferences

Section 6: Updating and Refining Customer Profiles

- Monitoring Customer Behavior for Changing Trends
- Using Customer Feedback and Surveys for Profile Adjustments
- Strategies for Keeping Customer Data Accurate and Up-to-Date
- Adapting Profiles for Emerging Market Segments

Section 7: Case Studies and Practical Applications

- Real-World Examples of Successful Customer Profiling
- Lessons Learned from Businesses Using Customer Profiles to Drive Growth
- Practical Exercise: Developing and Applying Customer Profiles for Marketing Strategies

تفاصيل الشهادة

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

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993.و ISO 21001و 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, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



(Customer Profiling: Types, Benefits, Methods & Examples (2025

Explore customer profiling: demographics, psychographics, behaviour, and more. Learn how businesses personalise marketing and practice ethically. Gain insights into real-world examples and the synergy with marketing automation. Discover benefits, methods, and .ethics for enhancing customer relationships