



إدارة علاقات العملاء (CRM)

احجز مقعدك

الرسوم (\$))

اماكن الإنعقاد

بتاريخ

[سجل الآن](#)

٣١ ديسمبر - ٣١ ديسمبر ١٩٦٩

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 المتميزة 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.
- الأمور الخمس الصحيحة في توزيع الاهتمامات.

احتياجات ومتطلبات وقياس رضا العميل:

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

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار



-
- العمل ضمن مجموعات
 - التمارين الجماعية