التسويق و المبيعات · MS37

# إستراتيجيات إدارة العملاء و الحفاظ على ولائهم

مدريد ( اسبانيا ) · 7 - 11 ديسمبر 2026

| | | | |
|---|---|---|---|
| التاريخ | المدينة | المدة | |
| **7 - 11 ديسمبر 2026** | **مدريد ( اسبانيا )** | **أسبوع واحد** | |
| الرسوم | الرمز | اللغة | |
| **£5,000 GBP** | **MS37** | **العربية** | |

## المقدمة

بالنسبة للشركات وخصوصاً الشركات في قطاع B2C ولاء العملاء يكون ذو قيمة أكثر من الحصول على عملاء جدد. حتى أن الأبحاث قد أظهرت أن ولاء العملاء يستحق قيمة تزيد بعشر أضعاف الحصول على زبائن جدد . وهذا ما يجعل من هذا الأمر أهمية قصوى للشركات من أجل تحسين ولاء عملائها الحاليين مقابل العملاء الذي يقومون بعمليات الشراء لمرة واحدة فقط. وأيضاً، نظراً لأن تكلفة الحصول على عميل جديد تكون أعلى وأكثر من الحفاظ على عميل موجود بالفعل، فإن المحافظة على ولاء العملاء يعتبر أمراً ضرورياً لأية أعمال تهدف الى البقاء في دائرة المنافسة. عندما يكون للأعمال التجارية عملاء أوفياء كثيرون، فإنها تملك الفرصة لجعل تكلفة التسويق ذات قدر معقول وتنفق أكثر على تحسين جودة خدماتها ومنتجاتها. أيضًا ، لم تعد مهمة الاحتفاظ بالعملاء وتطويرهم مهمة بسيطة ناتجة عن العمليات اليومية الفردية ، ولكنها تتطلب تطوير متابعة واضحة ومحددة واستراتيجيات قابلة للتنفيذ ، أي استراتيجيات طويلة الأجل. لديك تطوير العلاقات بين الشركات والمؤسسات إلى مستوى العلاقات الإستراتيجية التكميلية ، بأهداف مصطلحات مختلفة وممارسات متعددة الأطراف. الإدارة بطريقة تمكن المنظمات من تحقيق أهدافها وتعظيم الأرباح للحفاظ على الاستراتيجية وولائها ، سيقوم المشاركون بتطوير وتنفيذ و متابعة استراتيجيات إدارة العملاء للتطوير والصيانة من خلال تزويد المتدربين بالقدرة على تطبيق النماذج والاستراتيجيات المناسبة.

## اهداف دورة إستراتيجيات إدارة العملاء و الحفاظ على ولائهم

### تؤهلك هذه الدورة التدريبية حول إستراتيجيات إدارة العملاء و الحفاظ على ولائهم ، لإكتساب المهارات التالية:

- تطبيق إستراتيجيات تقسيم السوق و إستهداف العملاء عبر وسائل التواصل التسويقي المختلفة
- التعامل الإستراتيجي الإيجابي مع كافة أنواع العملاء وإقناعهم بما يخدم أهداف الشركة
- إستيعاب ماهية و أهمية الإحتفاظ بالعميل و تنمية العلاقة معه
- الإستفادة تسويقياً و إستراتيجياً من الوضع الراهن الذي يواجه العالم بعد تحديات أزمة كورونا
- تطبيق الإستراتيجيات و الأدوات المتنوعة التي من شأنها زيادة درجة رضا العملاء و الإحتفاظ بهم

## منهجية دورة إستراتيجيات إدارة العملاء و الحفاظ على ولائهم

يعتمد البرنامج في المقام الأول على الأساليب التشاركية ، وذلك باستخدام المناقشات المنظمة ، ومجموعات العمل ، وجلسات العصف الذهني ، ودراسات الحالة ، ولعب الأدوار ، والألعاب التدريبية المناسبة لنزع فتيل التوتر وتشجيع المتدربين على ذلك ، فهو ينشطك لتحقيق أهداف برنامجك.

تتميز طريقة التدريب في هذا البرنامج بكونه يجمع بين التدريب والاستشارة. يزود المدربون مجموعات العمل بالدعم اللازم

للمساهمة بشكل شخصي ومباشر في تطوير مستويات الإدارة والقيادة.

## تأثير دورة إستراتيجيات إدارة العملاء و الحفاظ على ولائهم على المؤسسة

**سيساعد الموظفون الذين يحضرون هذه الدورة التدريبية مؤسستك على تحقيق الفوائد التالية:**

- رؤية واضحة للأدوات التي يجب استخدامها للتفاعل مع العملاء و المحافظة على هوية الشركة في السوق
- التزام متزايد بالابتكار و التحسين المستمر
- فهم كامل لأهمية ولاء العملاء و الاحتفاظ بهم
- وضع استراتيجية للحفاظ على العملاء الحاليين و زيادة الأعمال من خلال تحقيق رضا العملاء
- فهم أهمية و قيمة مراجعة قاعدة العملاء
- التعرف على أنظمة و أدوات و عمليات مجربة للتعامل مع العملاء الحاليين بأقصى قدر من التأثير

## التأثير الشخصي لدورة إستراتيجيات إدارة العملاء و الحفاظ على ولائهم

**حضور الموظفين لهذه الدورة التدريبية سوف يساعدهم على تحقيق المزايا التالية:**

- المساهمة في وضع استراتيجية نمو مؤسساتهم
- اكتساب نظرة ثاقبة عن أنفسهم و زملائهم و تطور مهارات التفكير النقدي لديهم
- اكتساب المهارات و الخبرة في إدارة العملاء و الاحتفاظ بهم بشكل فعال
- اكتساب رؤى قيّمة حول التسويق الجديد، و خاصة وسائل التواصل الاجتماعي و أدوات و تقنيات الانترنت
- اكتساب رؤية حول السلوكيات البشرية ولماذا يقوم العملاء بالأشياء التي يقومون بها

## الفئات المستهدفة

**هذه الدورة التدريبية مناسبة لمجموعة واسعة من المهنيين ولكن سوف تفيد كثيراً:**

- جميع المدراء بمستوى الإدارة العليا والوسطى و المسؤولين والمشاركين في وضع الإستراتيجية التسويقية بالشركة
- المديرين والعاملين بإدارة التسويق والمبيعات بالمؤسسة
- المتعاملين بشكل مباشر مع عملاء الشركة
- المديرين والعاملين بإدارة خدمة العملاء وإدارة حسابات العملاء بالمؤسسة

## محاور الدورة

### اليوم الأول

- ما هو ولاء العميل؟
- ما هية القيمة و الجودة، و كيفية بناء المصداقية
- إقتصاديات ولاء العملاء
- كيف نستفيد من الوضع الراهن؟ (عقلية تحويل المشاكل الى فرص)
- ولاء العملاء و سمعة الشركات

### اليوم الثاني

- إستخدام قانون الإلتزام و الإستمرارية لصالحك
- قانون الوثوقية Authority والمحبة في التأثير السيكولوجي
- قوة البرهان الإجتماعي وعلاقته بالتسويق
- قانون التباين للإقناع التسويقي
- إستخدام قانون الندرة للإقناع
- قانون التبادل و إستخدامه في التأثير التسويقي

### اليوم الثالث

- أنواع العملاء

- الخصائص الجديدة لسلوك العملاء
- إستراتيجيات تقسيم - تجزئة السوق
- شخصية العميل Persona Client
- صناعة (قيمة مقترحة) مقنعة
- إستراتيجيات تنمية حسابات العملاء

## اليوم الرابع

- الإبداع و الإبتكار
- ماذا تفعل بعد العودة؟
- تطوير قيمة مدركة مقنعة
- أدوات حل المشكلات المتوقعة
- بناء العلاقات و الترابطات Rapport
- أدوات و أساليب التحسين المستمر

## اليوم الخامس

- كيف تجذب الإنتباه Attention Commanding و تكون مقنعاً Compelling
- العلاقات الالكترونية Relationships-E
- أساسيات التواصل الإنساني المؤثر لبناء المصداقية
- إختيار رسالة مناسبة للجمهور و وسيلة التواصل
- قوة المشاعر
- تطوير إستراتيجية تواصل إجتماعي إلكتروني
- معوقات الإتصال

**سجّل أو استفسر عن هذه الدورة عبر الموقع**
-https://www.hplustraining.com/lang
arabic/cities/%D9%85%D8%AF%D8%B1%D9%8A%D8%AF/32994
training@hplustraining.com · +44 74 0108 8599 · +90 539 827 59 14