



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

المنظومة المتكاملة لإدارة علاقات العملاء CRM

فكرة الدورة

تتزايد أهمية إدارة علاقات العملاء في بيئات العمل الحديثة مع توسع قنوات التواصل، وارتفاع توقعات العملاء، وتحول الخدمة من نشاط تشغيلي محدود إلى منظومة متكاملة تؤثر في السمعة والولاء والاستدامة. لم يعد نظام CRM مجرد أداة تقنية لتسجيل البيانات، بل إطار إداري يربط بين فهم احتياجات العملاء، تصميم الرحلات، إدارة التفاعلات، قياس الرضا، وتحويل المعلومات إلى قرارات عملية قابلة للتنفيذ.

يقدم هذا البرنامج من AINFCT معالجة متوازنة لمفهوم إدارة علاقات العملاء من منظور إداري تطبيقي، مع التركيز على بناء المنظومة، تنظيم البيانات، إدارة قنوات الاتصال، تحسين تجربة العميل، واستخدام مؤشرات الأداء مثل معدل الاحتفاظ بالعملاء وصافي نقاط الترويج NPS في المتابعة والتحسين. كما يساعد المشاركين على ربط ممارسات CRM بالتنسيق الداخلي بين فرق الخدمة والمبيعات والتسويق والعمليات.

يوفر البرنامج قيمة عملية للمؤسسات التي تسعى إلى تحويل بيانات العملاء إلى علاقات أكثر وضوحاً واستجابة واحترافية.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- فهم مكونات منظومة CRM المؤسسية.
- تحليل رحلة العميل ونقاط التفاعل.
- تنظيم بيانات العملاء لدعم القرار.
- تحسين جودة التواصل عبر القنوات.
- قياس رضا وولاء العملاء بفاعلية.
- تطوير خطط تحسين علاقات العملاء.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تربط المفاهيم بالتطبيق العملي.
- تمارين تحليل رحلة العميل ونقاط التفاعل.
- دراسات حالة إدارية حول تحديات CRM.
- مناقشات جماعية لتبادل الخبرات المؤسسية.
- تطبيق عملي لإعداد خطة تحسين أولية.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز فاعلية إدارة علاقات العملاء من خلال:

- رفع جودة الخدمة واستجابة الفرق.
- تحسين الاحتفاظ بالعملاء ذوي القيمة.
- دعم القرارات ببيانات عملاء موثوقة.
- توحيد قنوات التواصل وإجراءات المتابعة.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- إدارة تفاعلات العملاء باحترافية.
- استخدام بيانات العملاء في التحليل.
- تصميم رحلة عميل أكثر اتساقًا.
- متابعة مؤشرات الرضا والولاء.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين المعنيين بتحسين العلاقة مع العملاء وتطوير جودة التفاعل معهم. كما يفيد الفرق التي تحتاج إلى فهم عملي لمنظومة CRM ودورها في دعم الأداء المؤسسي.

- موظفو ومشرفو خدمة العملاء.
- مسؤولو علاقات العملاء وتجربة العميل.
- موظفو المبيعات والتسويق المرتبطون بالعملاء.
- منسقو مراكز الاتصال وقنوات الخدمة.
- الموظفون المرشحون لأدوار إشرافية في الخدمة.

قابلة للمراجعة والتخصيص وفق احتياجات الجهة المستفيدة.

اليوم الأول: مدخل إلى إدارة علاقات العملاء ومفهوم المنظومة المتكاملة

- مفهوم CRM ودوره في بيئة الأعمال الحديثة.
- الفرق بين إدارة الخدمة وإدارة العلاقة.
- مكونات منظومة CRM: الأشخاص، العمليات، البيانات، التقنية.
- دورة حياة العميل ومراحل بناء العلاقة.
- أدوار الإدارات المختلفة في نجاح منظومة CRM.

اليوم الثاني: فهم العملاء وتحليل رحلتهم

- تصنيف العملاء وفهم الاحتياجات والتوقعات.
- مبادئ تصميم رحلة العميل Customer Journey Mapping.
- تحديد نقاط التفاعل ومناطق التعثر.
- تحليل صوت العميل Voice of Customer.
- ربط تجربة العميل بمعايير الخدمة المؤسسية.

اليوم الثالث: إدارة بيانات العملاء وقنوات التواصل

- مصادر بيانات العملاء ومعايير جودتها.
- تنظيم السجلات وتحديث معلومات العملاء.
- إدارة القنوات: الهاتف، البريد، الفروع، المنصات الرقمية.
- توحيد الرسائل وتجربة التواصل عبر القنوات.
- مبادئ حماية خصوصية بيانات العملاء.

اليوم الرابع: تحسين تجربة العميل وقياس الأداء

- مؤشرات أداء CRM الرئيسية ومجالات استخدامها.
- قياس رضا العملاء وصافي نقاط الترويج NPS.

- إدارة الشكاوى وتحويلها إلى فرص تحسين.
- تحليل أسباب فقدان العملاء ومعدلات الاحتفاظ.
- بناء إجراءات تصحيحية لتحسين تجربة العميل.

اليوم الخامس: تطبيقات CRM و خطة التحسين المؤسسية

- اختيار أولويات التحسين في منظومة CRM.
- تصميم مبادرات عملية لتحسين العلاقة مع العملاء.
- توزيع المسؤوليات بين الفرق المعنية.
- متابعة التنفيذ باستخدام مؤشرات واضحة.
- إعداد خطة عمل أولية لتطوير منظومة CRM.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات تدريبية يومياً. يتضمن كل يوم مزيجاً من العرض التفاعلي، المناقشة، التطبيق العملي، وتحليل حالات مرتبطة بإدارة علاقات العملاء. يتم توزيع الوقت بين بناء المفاهيم، ربطها بالممارسات اليومية، وتنفيذ أنشطة تساعد المشاركين على تحويل المعرفة إلى خطوات قابلة للتطبيق داخل بيئة العمل.

course_assessment

يعتمد التقييم على المشاركة الفاعلة، تنفيذ التمارين التطبيقية، مناقشة الحالات، وإعداد مخرجات عملية مرتبطة بتحسين منظومة CRM. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام من AINFACT وفق متطلبات الحضور والمشاركة المعتمدة.

- إدارة علاقات العملاء.
- تحليل رحلة العميل.
- إدارة بيانات العملاء.
- قياس الرضا والولاء.
- تحسين تجربة العميل.
- التنسيق متعدد القنوات.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com
رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com