

ادارة علاقات العملاء (CRM)

الرسوم (\$)	بتاريخ
٣٢٠٠	١٥ أغسطس - ٢٤
صلالة	١٥ أغسطس - ٢٤
سجل الآن	

أهداف البرنامج:

1. تطوير إستراتيجية المؤسسة في "ادارة علاقات المتعاملين"
2. تحديد المبادرات الأساسية التي تعزز عملية تنفيذ مفهوم "ادارة علاقات المتعاملين"
3. تحليل فوائد وتكاليف تطبيق إستراتيجية "ادارة العلاقات المتعاملين"
4. تصميم برنامج إدارة التغيير للمساهمة في إنجاح عملية التنفيذ

المحتويات:

ادارة علاقات المتعاملين:

- تعريف المقصود بمفهوم ادارة العلاقات للعملاء.
- أهمية مفهوم ادارة العلاقات للعملاء.
- الإطار الاستراتيجي لمفهوم ادارة العلاقات للعملاء.

• النقاط الأساسية في تطبيق إدارة العلاقات للعملاء.

- الفرق بين التركيز التقليدي والشمولي 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 والشمولي 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 المميزة 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.
- الأدوار الخمس الصديقة في توزيع الاهتمامات.

احتياجات ومتطلبات وقياس رضا العميل:

- معرفة وفهم احتياجات ومتطلبات العميل.
- نموذج رضا العميل.
- الاستماع إلى أهداف العميل.
- الأسلوب المنظور لاحتياجات 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

00201102843111 
info@minaretc.org 
www.minaretc.org 