

رقم الدورة 1075

الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في القطاع المصرفي

الخدمات المصرفية للأفراد وتجربة العملاء
التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية

طريقة التقديم

حضور

التواريخ

٤١-٨١ ديسمبر ٢٠٢٢

المدة

5 أيام

المكان

تونس، تونس



تونس، تونس

المدينة

77.7 μs ΛΙ-ΕΙ

التاريخ

حضورى

طريقة التقديم

€ 7.75

رسوم الدورة

تُعد دورة الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في القطاع المصرفي من البرامج التدريبية المتقدمة التي تهدف إلى تمكين العاملين في البنوك والمؤسسات المالية من تطوير استراتيجيات فعّالة للحفاظ على العملاء الحاليين، وتعزيز ولائهم، وبناء علاقات طويلة الأمد تحقق قيمة مستدامة لكل من العميل والمؤسسة. وفي ظل المنافسة المتزايدة، والتوسع في الخدمات الرقمية، وارتفاع توقعات العملاء، أصبح الاحتفاظ بالعملاء أحد أهم المؤشرات التي تقيس نجاح المؤسسات المصرفية واستدامة نموها.

يركز البرنامج على المفاهيم الحديثة للاحتفاظ بالعملاء، وإدارة الولاء، وتحليل سلوك العملاء، وتقسيم الشرائح المستهدفة، وإدارة دورة حياة العميل، وقياس القيمة العمرية للعميل، وتصميم برامج الولاء، وتحسين تجربة العملاء، بما يساعد البنوك على تقديم خدمات مخصصة تلبي احتياجات العملاء وتعزز ثقتهم وارتباطهم بالمؤسسة.

كما يستعرض البرنامج التكامل بين استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وإدارة علاقات العملاء (CRM)، وتجربة العملاء لوجستيا، وفرص مبيعات، وعرفل قرادإو، تالكرشل او دارفأل قي فرص مالا تامدخال او، (XC) الرقمي، وتحليلات البيانات، والذكاء الاصطناعي، والامثال التنظيمي، وإدارة الجودة، بما يضمن بناء منظومة متكاملة تركز على العميل وتساهم في تحقيق النمو المستدام والميزة التنافسية.

ومن خلال دراسات الحالة، وورش العمل التطبيقية، وتمارين محاكاة رحلة العميل، وتحليل السيناريوهات الواقعية، سيكتسب المشاركون المهارات اللازمة لتطوير خطط الاحتفاظ بالعملاء، وتحسين جودة الخدمات، وتقليل معدل فقدان العملاء، وتعزيز الولاء، وزيادة القيمة العمرية للعميل، بما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي والمؤسسي

للبنك.

أهداف الدورة

- تحليل مبادئ الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في القطاع المصرفي وتقييم أثرها على الأداء المؤسسي بنهاية البرنامج.
- تطوير استراتيجيات فعّالة لزيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء وتقليل فقدانهم.
- تقييم سلوك العملاء واحتياجاتهم باستخدام أساليب التحليل وتقسيم العملاء.
- تطبيق منهجيات إدارة دورة حياة العميل لتعزيز القيمة المقدمة للعملاء.
- تصميم برامج ولاء تسهم في رفع مستويات الرضا وتعزيز العلاقات طويلة الأمد.
- تحسين جودة التواصل مع العملاء وتقديم خدمات مصرفية مخصصة تلبي احتياجاتهم.
- تعزيز الامتثال لمتطلبات حماية العملاء والمعايير التنظيمية وأفضل الممارسات المصرفية.
- تنفيذ مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات الاحتفاظ بالعملاء، ورضا العملاء، ومؤشرات الولاء لقياس فعالية الاستراتيجيات.
- تقييم أثر التحول الرقمي، والذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، والقنوات المصرفية الرقمية على تعزيز ولاء العملاء.
- مواءمة استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء مع تجربة العملاء، وإدارة علاقات العملاء، والتطوير المؤسسي، والأهداف الاستراتيجية للبنك قبل نهاية الدورة.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة مدراء علاقات العملاء، ومدراء الفروع، ومدراء الخدمات المصرفية للأفراد، ومدراء الخدمات المصرفية للشركات، ومدراء خدمة العملاء، ومدراء تجربة العملاء، ومدراء التسويق المصرفي، ومدراء المبيعات،

ومدراء تطوير الأعمال، ومدراء المنتجات المصرفية، وأخصائيي إدارة علاقات العملاء، والعاملين في إدارات خدمة العملاء، والتسويق، والعمليات، والجودة، والتطوير المؤسسي، والتحول الرقمي.

كما تناسب القيادات التنفيذية، ومدراء القطاعات المصرفية، ومدراء الشبكات والفروع، ومدراء الاستراتيجية، ومدراء الامتثال، ومدراء المخاطر، والعاملين في الجهات الحكومية، والمؤسسات العامة، وشركات التكنولوجيا المالية، وجميع المسؤولين عن تطوير تجربة العملاء، وتعزيز الولاء، وتحسين جودة الخدمات، وتحقيق النمو المستدام.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على:
- تطوير استراتيجيات فعّالة للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في المؤسسات المصرفية.
- تحليل سلوك العملاء وتحديد فرص تحسين تجربة العميل وزيادة القيمة المقدمة له.
- تطبيق منهجيات تقسيم العملاء وإدارة دورة حياة العميل بكفاءة.
- تصميم برامج ولاء تسهم في تعزيز رضا العملاء ورفع معدلات الاحتفاظ بهم.
- تحسين مهارات التواصل وبناء العلاقات المهنية طويلة الأمد مع العملاء.
- تطبيق متطلبات حماية العملاء والامتثال التنظيمي في إدارة العلاقات المصرفية.
- إعداد تقارير تنفيذية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات الاحتفاظ بالعملاء، ورضا العملاء، والولاء.
- دمج استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء مع إدارة علاقات العملاء، وتجربة العملاء، والتحول الرقمي، وإدارة الأداء.
- تقييم دور الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في تحسين تجربة العملاء وتعزيز ولائهم.
- إعداد خطة تنفيذية متكاملة لتحسين الاحتفاظ بالعملاء، وزيادة القيمة العمرية للعميل، وتعزيز جودة الخدمات، وتقليل معدل فقدان العملاء، وتحقيق النمو المستدام.

محاوّر الدورة

المحتوى التدريبي:

اليوم الأول

أساسيات الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء

- مفهوم الاحتفاظ بالعملاء وأهميته في القطاع المصرفي.
- الولاء المؤسسي والقيمة العمرية للعميل.
- توقعات العملاء وسلوكهم في البيئة المصرفية الحديثة.
- تقسيم العملاء وإدارة دورة حياة العميل.
- تطبيق عملي: تحليل شرائح العملاء وتحديد فرص الاحتفاظ بهم.

اليوم الثاني

بناء العلاقات وتعزيز التفاعل مع العملاء

- استراتيجيات بناء العلاقات طويلة الأمد.
- الخدمات المصرفية المخصصة وإدارة احتياجات العملاء.
- مهارات التواصل والبيع الاستشاري.
- إدارة الشكاوى واستعادة رضا العملاء.
- تطبيق عملي: إعداد خطة لتحسين العلاقات مع العملاء.

اليوم الثالث

تصميم برامج الولاء وتحسين تجربة العملاء

- تصميم وتنفيذ برامج الولاء المصرفية.
- إدارة تجربة العميل عبر مختلف القنوات.

اليوم الثالث — تابع

- تطوير فرص البيع المتقاطع والبيع الإضافي.
- قياس رضا العملاء وتحليل التغذية الراجعة.
- تطبيق عملي: تصميم مبادرة لتعزيز ولاء العملاء.

اليوم الرابع

التحول الرقمي وقياس الأداء

- أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM).
- الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في إدارة العملاء.
- القنوات الرقمية وإدارة تجربة العميل متعددة القنوات.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات الاحتفاظ بالعملاء، ورضا العملاء، ومؤشرات الولاء.
- تطبيق عملي: تصميم لوحة مؤشرات لمتابعة أداء استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء.

اليوم الخامس

بناء ثقافة مصرفية تركز على العميل

- أفضل الممارسات العالمية في الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء.
- القيادة في المؤسسات التي تضع العميل في صميم استراتيجيتها.
- الابتكار والتحسين المستمر في إدارة العلاقات وتجربة العملاء.
- التخطيط الاستراتيجي لتعزيز الولاء وتحقيق النمو المستدام.

اليوم الخامس — تابع

- الورشة الختامية: إعداد خطة تنفيذ متكاملة للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في القطاع المصرفي تشمل تقسيم العملاء، وإدارة دورة حياة العميل، وتصميم برامج الولاء، وتحسين تجربة العملاء، وتطوير العلاقات المصرفية، وإدارة الشكاوى، والاستفادة من التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، وقياس الأداء، والتحسين المستمر، بما يسهم في زيادة رضا العملاء، وتعزيز الولاء، وتقليل فقدان العملاء، ورفع القيمة العمرية للعميل، وتحقيق الربحية والاستدامة المؤسسية.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/customer-retention-loyalty-in-banking>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440