

رقم الدورة 1916

دورة الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في قطاع التأمين

تجربة العملاء وخدمات التأمين
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم دورة الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في قطاع التأمين إطاراً استراتيجياً وعملياً متكاملًا لتعزيز الاحتفاظ بالعملاء، وزيادة الولاء، والحد من فقدان العملاء، وتحسين القيمة طويلة الأجل للعلاقات التأمينية. وتركز الدورة على فهم العوامل الرئيسية التي تؤثر في قرارات العملاء المتعلقة بالتجديد والاستمرار مع شركة التأمين وتوسيع العلاقة أو الانتقال إلى شركة أخرى.

يتعرف المشاركون على أساليب إدارة الاحتفاظ بالعملاء عبر مختلف مراحل دورة العلاقة التأمينية، بدءاً من الاستحواذ على العميل والتعامل الأولي معه، مروراً بإصدار الوثائق وخدماتها وتسوية المطالبات، وصولاً إلى التجديد والتواصل مع العملاء وقنوات التوزيع والتعاملات الرقمية. كما تركز الدورة على تحديد نقاط التعثر والفجوات الخدمية التي تؤثر في رضا العملاء وثقتهم وولائهم وقرارات التجديد.

وتتناول الدورة كذلك تجزئة العملاء، وتحليلات الاحتفاظ، وتحليل قيمة العميل طوال فترة العلاقة، وتحليل فقدان العملاء، والتفاعل الشخصي، وبرامج الولاء، وإدارة الشكاوى، ومعالجة مشكلات الخدمة، وبرامج الاحتفاظ الاستباقية. ويتعلم المشاركون كيفية استخدام بيانات العملاء والبيانات التشغيلية لتحديد العملاء الأكثر عرضة للمغادرة وتصميم تدخلات موجهة تحقق قيمة ملموسة للأعمال.

ومن خلال التمارين التطبيقية ودراسات الحالة التأمينية وورش العمل الاستراتيجية، يطور المشاركون إطاراً متكاملًا للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء يربط بين تجربة العميل والربحية واستراتيجية المنتجات وجودة الخدمة وقنوات التوزيع والأداء المؤسسي.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الأهمية الاستراتيجية للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في قطاع التأمين.
- تحديد العوامل الرئيسية المؤثرة في رضا العملاء وولائهم وتجديد الوثائق وفقدان العملاء.

- تقييم رحلة العميل وتحديد نقاط الاحتفاظ الرئيسية عبر دورة العلاقة التأمينية.
- تطبيق أساليب تجزئة العملاء لتطوير استراتيجيات احتفاظ موجهة.
- تحليل سلوك العملاء وتحديد المؤشرات المبكرة لاحتمالية فقدانهم.
- تقييم تأثير المطالبات وجودة الخدمة والأسعار والتواصل وتجربة العميل على الاحتفاظ.
- تطوير استراتيجيات استباقية للاحتفاظ بالعملاء ذوي القيمة العالية والعملاء المهمين استراتيجياً.
- تصميم مبادرات ولاء تتوافق مع احتياجات العملاء وأهداف شركة التأمين.
- تطبيق مفاهيم القيمة طويلة الأجل للعميل لدعم قرارات الاحتفاظ وتخصيص الموارد.
- تطوير استراتيجيات فعالة للتجديد والاحتفاظ بمختلف المنتجات وشرائح العملاء.
- تعزيز إدارة الشكاوى ومعالجة مشكلات الخدمة لحماية العلاقات مع العملاء.
- تطبيق أساليب التخصيص لتحسين تفاعل العملاء وولائهم.
- تطوير مؤشرات أداء لقياس الاحتفاظ والولاء والتجديد وقيمة العملاء.
- استخدام تحليلات العملاء لدعم قرارات الاحتفاظ الاستباقية.
- إعداد استراتيجية متكاملة للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في شركة التأمين.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة القيادات التنفيذية والمديرين ورؤساء الإدارات وصناع القرار المسؤولين عن علاقات العملاء والاحتفاظ بهم والنمو والربحية وتجربة العميل. وتناسب بشكل خاص المسؤولين في إدارات تجربة العميل، والمبيعات، والتوزيع، والتسويق، وإدارة الوثائق، والمطالبات، والاكتتاب، وخدمة العملاء.

كما تناسب المتخصصين والعاملين في تحليلات العملاء، وإدارة العلاقات، وتطوير المنتجات، والتأمين الرقمي، وتطوير الأعمال، وإدارة الشكاوى، وتحسين العمليات، والتخطيط الاستراتيجي.

وتعد الدورة مناسبة بشكل خاص لشركات التأمين التي تسعى إلى الحد من فقدان العملاء، وتحسين معدلات

التجديد، وتعزيز الولاء، وزيادة القيمة طويلة الأجل للعملاء، وبناء علاقات مستدامة معهم.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تطوير استراتيجية شاملة للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في شركة التأمين.
- تحديد الأسباب الرئيسية لفقدان العملاء وعدم تجديد الوثائق.
- تحليل رحلة العميل وتحديد اللحظات الحرجة المؤثرة في الاحتفاظ.
- تصنيف العملاء وفق القيمة والسلوك والاحتياجات والمخاطر وخصائص الولاء.
- تحديد مؤشرات الإنذار المبكر لاحتمالية فقدان العملاء.
- تحليل تأثير تجربة المطالبات والخدمات على ولاء العملاء.
- تطوير استراتيجيات احتفاظ موجهة لمختلف شرائح العملاء.
- تصميم برامج فعالة للتجديد والتفاعل الاستباقي مع العملاء.
- تطبيق تحليل القيمة طويلة الأجل للعميل في قرارات الاحتفاظ.
- تطوير مبادرات ولاء تدعم النمو المستدام للأعمال.
- تحسين إدارة الشكاوى ومعالجة مشكلات الخدمة لحماية العلاقات مع العملاء.
- استخدام بيانات العملاء وتحليلاتهم لدعم التدخلات الاستباقية للاحتفاظ.
- تطوير أساليب مخصصة للتواصل والتفاعل مع العملاء.
- إعداد مؤشرات أداء ولوحات معلومات لقياس الاحتفاظ والولاء.
- قياس الأثر المالي والتشغيلي لمبادرات الاحتفاظ بالعملاء.
- إعداد خارطة طريق عملية لتعزيز الاحتفاظ بالعملاء والولاء.

■ المحاوّر التدريبيّة

محاوّر الدورة

اليوم الأول

أسس الاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء في قطاع التأمين

- مفهوم الاحتفاظ بالعملاء والولاء في صناعة التأمين.
- العلاقة بين تجربة العميل والرضا والثقة والولاء والاحتفاظ.
- العوامل الرئيسية المؤدية إلى فقدان العملاء وعدم تجديد الوثائق.
- توقعات العملاء وتغير سلوكيات شراء المنتجات التأمينية.
- تحليل دورة حياة العميل في قطاع التأمين.
- تحديد نقاط الاتصال الرئيسية واللمحات المؤثرة في تجربة العميل.
- العلاقة بين الاحتفاظ بالعملاء والربحية والنمو المستدام.
- بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل والاحتفاظ به.
- تطبيق عملي: إعداد خريطة لدورة حياة العميل لمنتج تأميني وتحديد العوامل الرئيسية المؤثرة في التجديد وفقدان العملاء.

اليوم الثاني

تجزئة العملاء وتحليلات الاحتفاظ بقيمة العميل

- مبادئ تجزئة العملاء في شركات التأمين.
- تصنيف العملاء وفق القيمة والسلوك والاحتياجات والربحية والولاء.
- تحديد شرائح العملاء ذوي القيمة العالية والأهمية الاستراتيجية.
- مفهوم القيمة طويلة الأجل للعميل وتطبيقاته في الاحتفاظ.

اليوم الثاني — تابع

- تحليل أنماط فقدان العملاء وعدم التجديد.
- تحديد مؤشرات الإنذار المبكر لفقدان العملاء.
- استخدام بيانات العملاء لاكتشاف فرص الاحتفاظ.
- تحديد أولويات الاحتفاظ وفق قيمة العميل وأثرها على الأعمال.
- تطبيق عملي: تحليل محفظة عملاء لتحديد الشرائح ذات القيمة العالية والأكثر عرضة للفقدان وتصميم استراتيجيات احتفاظ موجهة لها.

اليوم الثالث

المطالبات وجودة الخدمة وتجربة العميل

- تأثير تجربة المطالبات على ولاء العملاء والاحتفاظ بهم.
- تحديد نقاط التعثر في خدمة الوثائق والمطالبات.
- جودة الخدمة وعلاقتها برضا العملاء.
- إدارة شكاوى العملاء وحالات عدم الرضا.
- استراتيجيات معالجة مشكلات الخدمة واستعادة ثقة العميل.
- تحسين التواصل مع العملاء خلال دورة المطالبة والوثيقة.
- استخدام ملاحظات العملاء لتحديد مخاطر فقدانهم.
- تصميم تحسينات في تجربة العميل تدعم الولاء.
- ربط الأداء التشغيلي بالاحتفاظ بالعملاء.
- تطبيق عملي: تقييم حالة لخدمة عميل أو مطالبة تأمينية، وتحديد مخاطر فقدان العميل، ثم إعداد خطة لمعالجة الخدمة واستعادة العلاقة.

اليوم الرابع

الولاء والتفاعل واستراتيجيات الاحتفاظ الاستباقية

- تصميم استراتيجيات الولاء لشركات التأمين.
- تطوير برامج احتفاظ موجهة لمختلف شرائح العملاء.
- استراتيجيات التجديد والتواصل الاستباقي مع العملاء.
- تخصيص التواصل والعروض وفق احتياجات وسلوكيات العملاء.
- تنمية العلاقات مع العملاء من خلال تقديم قيمة إضافية.
- التفاعل الرقمي وتطوير العلاقات طويلة الأجل مع العملاء.
- التدخل الاستباقي مع العملاء الأكثر عرضة للمغادرة.
- تطوير حملات احتفاظ مبنية على بيانات العملاء وسلوكياتهم.
- بناء علاقات طويلة الأجل قائمة على الثقة والقيمة.
- مواءمة استراتيجيات الاحتفاظ مع المنتجات والأسعار والخدمات وقنوات التوزيع.
- تطبيق عملي: تصميم برنامج متكامل للاحتفاظ والولاء لشريحة محددة من عملاء شركة تأمين.

اليوم الخامس

إدارة أداء الاحتفاظ بالعملاء والتنفيذ الاستراتيجي

- تطوير مؤشرات أداء الاحتفاظ بالعملاء والولاء.
- قياس معدلات التجديد والفقدان وقيمة العميل ومستوى الولاء.
- بناء لوحات معلومات لمتابعة أداء الاحتفاظ.
- تقييم الأثر المالي لمبادرات الاحتفاظ بالعملاء.
- تحديد أهداف الاحتفاظ وتوزيع المسؤوليات.
- متابعة أداء الاحتفاظ عبر المنتجات وقنوات التوزيع.

اليوم الخامس — تابع

- دمج تحليلات العملاء في قرارات الاحتفاظ.
- وضع إطار حوكمة لبرامج الاحتفاظ بالعملاء.
- ترتيب مبادرات الاحتفاظ وفق القيمة والأثر على الأعمال.
- بناء نموذج تشغيلي مستدام لتعزيز ولاء العملاء.
- إعداد خارطة طريق لتنفيذ استراتيجية الاحتفاظ والولاء.
- ورشة ختامية: تطوير استراتيجية متكاملة للاحتفاظ بالعملاء وتعزيز الولاء لشركة تأمين، تشمل تجزئة العملاء، ومؤشرات فقدان العملاء، ومبادرات الاحتفاظ، وبرامج الولاء، ومؤشرات الأداء، وآليات الحوكمة، وخطة التنفيذ.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

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

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440