

إدارة علاقة العملاء

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

وصف المقرر:

يتناول هذا المقرر المبادئ الأساسية لإدارة علاقة العملاء، وهي الاستراتيجيات والعمليات التي تهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات طويلة الأمد مع العملاء. يركز المقرر على فهم سلوك العملاء، تحليل احتياجاتهم، استخدام نظم إدارة علاقات العملاء لتتبع التفاعلات، وتحسين تجربة العميل لضمان ولائه ورضاه. كما يشمل المقرر دراسة أدوات وتقنيات CRM الرقمية، وأهمية دمج استراتيجيات التسويق والمبيعات وخدمة العملاء لتحقيق أهداف المؤسسة.

أهداف المقرر:

- تعريف الطلبة بمفهوم إدارة علاقة العملاء وأهميتها في المؤسسات الحديثة.
- دراسة استراتيجيات بناء علاقات مستدامة مع العملاء.
- فهم سلوك العملاء واحتياجاتهم وكيفية تحليلها.
- تدريب الطلبة على استخدام نظم وتقنيات إدارة علاقات العملاء.
- تعزيز القدرة على تحسين تجربة العميل وزيادة الولاء والرضا.

المخرجات المتوقعة:

- استيعاب أساسيات إدارة علاقة العملاء وأهدافها.
- القدرة على تحليل بيانات العملاء واستخدامها في اتخاذ القرارات.
- فهم أدوات وتقنيات CRM الرقمية وتطبيقها عملياً.
- تطوير مهارات التواصل والتفاعل مع العملاء بشكل فعال.
- إعداد مشاريع أو تقارير تطبيقية حول إدارة علاقات العملاء في المؤسسات.

المحاور التفصيلية المقترحة:

1. مفهوم إدارة علاقة العملاء وأهميته.
2. سلوك العملاء واحتياجاتهم.
3. استراتيجيات بناء علاقات مستدامة مع العملاء.
4. نظم وتقنيات CRM الرقمية.
5. تحسين تجربة العميل وقياس الرضا والولاء.
6. دمج التسويق والمبيعات وخدمة العملاء في CRM.
7. مشاريع وتمارين تطبيقية في إدارة علاقات العملاء.