

إدارة علاقة العملاء

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم والأدوات التي تساعد في بناء والحفاظ على علاقات قوية وطويلة الأمد مع العملاء. تركز المادة على استراتيجيات إدارة علاقات العملاء وأهمية فهم احتياجات العملاء وتقديم تجربة مخصصة لهم.

وصف المادة:

تتناول المادة استراتيجيات وأدوات إدارة علاقات العملاء التي تساهم في تحسين تجربة العميل وتعزيز ولائه للعلامة التجارية. يتم دراسة كيفية استخدام التكنولوجيا لجمع وتحليل البيانات حول العملاء وتحقيق التفاعل المستمر معهم. كما تركز المادة على أهمية التواصل الفعال مع العملاء واستخدام أساليب متعددة لفهم سلوكهم وتوقعاتهم. سيتم أيضًا التطرق إلى كيفية بناء استراتيجيات لتنمية احتياجات العملاء بشكل شخصي وزيادة القيمة المشتركة لكل من العميل والمنظمة.

أهداف المقرر:

- فهم مفاهيم وأدوات إدارة علاقات العملاء بشكل شامل.
- تعلم كيفية بناء استراتيجيات لإدارة علاقات العملاء بشكل فعال.
- استخدام التكنولوجيا لجمع وتحليل بيانات العملاء وتحسين التواصل معهم.
- تطوير مهارات التعامل مع العملاء لتحسين تجربتهم وزيادة رضائهم.
- دراسة تأثير إدارة علاقات العملاء على زيادة ولاء العملاء وتحقيق القيمة المضافة.
- تطوير القدرة على بناء استراتيجيات تخصيص الخدمات والمنتجات بناءً على احتياجات العملاء.

المخرجات المتوقعة:

- قدرة الطالب على تطبيق استراتيجيات إدارة علاقات العملاء في سياقات متعددة.
- تحسين القدرة على استخدام أدوات وتقنيات CRM لتحليل بيانات العملاء.
- زيادة فهم الطالب لكيفية بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- تطوير مهارات التفاعل مع العملاء بناءً على احتياجاتهم وتوقعاتهم.
- القدرة على تحسين رضا العملاء وزيادة ولائهم من خلال استراتيجيات مخصصة.
- اكتساب القدرة على قياس تأثير استراتيجيات CRM على الأداء المؤسسي.