

ادارة علاقات العملاء في البنوك



GENTEX®
TRAINING CENTER



المقدمة

في المشهد المصرفي التنافسي اليوم، يعد تعزيز العلاقات القوية مع العملاء أمرًا بالغ الأهمية لتحقيق النجاح. يعمل هذا البرنامج المكثف الذي يستمر لمدة خمسة أيام، والذي يقدمه مركز جينتكس للتدريب، على تزويد المتخصصين في القطاع المصرفي بالمعرفة والمهارات اللازمة للتفوق في إدارة علاقات العملاء MRC . من خلال استكشاف شامل لاستراتيجيات الاتصال الفعالة، وتقنيات تجزئة العملاء، وأساليب تقديم الخدمات المبتكرة، يكتسب المشاركون القدرة على بناء الثقة، وتعزيز اتصالات العملاء، ودفع نمو الأعمال التجارية على المدى الطويل لمؤسساتهم.

أهداف دورة إدارة علاقات العملاء في البنك:

- إتقان المبادئ الأساسية لإدارة علاقات العملاء في الصناعة المصرفية.
- تطوير فهم عميق لاحتياجات العملاء وتفضيلاتهم وأهدافهم المالية.
- توظيف مهارات الاتصال الفعالة لبناء العلاقة والثقة مع العملاء.
- الاستفادة من تقنيات تجزئة العملاء لتصميم الحلول والخدمات المصرفية.
- تنفيذ أفضل الممارسات للتواصل الاستباقي مع العملاء وتقديم الخدمات الشخصية.
- الاستفادة من الأدوات الرقمية وقنوات الاتصال لتعزيز مشاركة العملاء.
- تطوير استراتيجيات البيع المتبادل والبيع للمنتجات والخدمات المصرفية بشكل فعال.
- تحديد ومعالجة مخاوف العملاء وشكاؤهم باحترافية وتعاطف.
- قياس رضا العملاء والاستفادة من ردود الفعل للتحسين المستمر في ممارسات إدارة علاقات العملاء.
- قم بصياغة خطة عمل مخصصة لتعزيز إدارة علاقات العملاء داخل البنك الذي تتعامل معه.



منهجية الدورة

يستخدم هذا البرنامج التفاعلي منهجاً يركز على المشاركين ويمزج بين المحاضرات ودراسات الحالة الواقعية والمناقشات الجماعية وتمارين لعب الأدوار. يشارك المشاركون بنشاط في ورش عمل تحديد احتياجات العملاء، ومحاكاة سيناريو تقديم الخدمة، وأنشطة تطوير مهارات الاتصال. من خلال التعلم التجريبي وتوجيهات الخبراء من المدربين ذوي الخبرة، يقوم المشاركون بتحسين مهاراتهم في إدارة علاقات العملاء، وتمكينهم من أن يصبحوا مستشارين موثوقين وبناء علاقات داخل مؤسساتهم.

الفئات المستهدفة

- يسعى المتخصصون في مجال الخدمات المصرفية إلى رفع مهاراتهم في خدمة العملاء وبناء علاقات أقوى.
- يتطلع مديرى العلاقات ومسؤولو القروض ومستشارو الثروات إلى تعزيز مشاركة العملاء والاحتفاظ بهم.
- يسعى مديرى الفروع وممثلو خدمة العملاء إلى تحسين التواصل وتقديم الخدمات.
- يسعى الموظفون الجدد في القطاع المصرفى إلى فهم أساسى لعمارات إدارة علاقات العملاء.
- أي شخص يطمح إلى الحصول على ميزة تنافسية من خلال خدمة العملاء الاستثنائية ومهارات بناء العلاقات.



محتوى دورة إدارة علاقات العملاء في البنوك:

اليوم الأول: حجر الزاوية في النجاح: بناء التركيز على العملاء

- فهم أهمية علاقات العملاء في الخدمات المصرفية والمالية
- استكشاف احتياجات العملاء وتفصيلاتهم وأهدافهم المالية من خلال التواصل الفعال
- تطوير نهج يركز على العملاء لتقديم الخدمات ووصيات المنتجات

اليوم الثاني: تقسيم العملاء والحلول المختصة

- استخدام تقنيات تقسيم العملاء لتحديد شرائح العملاء الرئيسية
- تصميم المنتجات والخدمات المصرفية واستراتيجيات الاتصال لتلبية احتياجات العملاء المتنوعة
- تنفيذ تقنيات البيع المتبادل والبيع الفعال لزيادة قيمة العملاء

اليوم الثالث: فن التواصل: بناء الثقة وال العلاقة

- إتقان مهارات الاستماع النشط وتقنيات الاتصال الفعالة لبناء العلاقات
- توظيف التعاطف والذكاء العاطفي في التعامل مع العملاء
- توصيل المفاهيم المالية المعقدة بطريقة واضحة ومفهومة



اليوم الرابع: تقديم خدمة استثنائية في العصر الرقمي

- الاستفادة من الأدوات الرقمية وقنوات الاتصال لتعزيز مشاركة العملاء
- استخدام برنامج إدارة علاقات العملاء MRC لتبسيط العمليات وتتبع تفاعلات العملاء
- تقديم خدمة عملاء مخصصة واستباقية من خلال استراتيجيات القنوات المتعددة

اليوم الخامس: بناء الولاء وقياس النجاح والتحسين المستمر

- تحديد ومعالجة مخاوف العملاء والشكوى بشكل فعال
- قياس رضا العملاء والاستفادة من ردود الفعل للتحسين المستمر في ممارسات إدارة علاقات العملاء
- صياغة خطة عمل مخصصة لتنفيذ الاستراتيجيات المكتسبة وتعزيز العلاقات مع العملاء داخل البنك الذي تتعامل معه
- تحليل دراسات الحالة وأفضل ممارسات الصناعة لتحسين استراتيجيات إدارة علاقات العملاء

الخاتمة:

LEARN BOLD. LEAD BEYOND

GENTEX Training Center LLC | Orlando - FL, USA

Info@gentextraining.com



من خلال إكمال هذا البرنامج الشامل الذي يقدمه مركز جينتكس للتدريب بنجاح، سيكون المشاركون قد اكتسبوا فهماً متطوراً لمبادئ ومهارات إدارة علاقات العملاء في الصناعة المصرفية. وسيكونون مجهزين لبناء الثقة وتنمية علاقات دائمة مع العملاء والمساهمة في ثقافة خدمة العملاء الاستثنائية داخل مؤسساتهم. تمكّنهم هذه المعرفة المعززة من تحقيق أهداف المبيعات الخاصة بهم، والاحتفاظ بالعملاء، وأن يصبحوا أصولاً قيمة في دفع نجاح الأعمال على المدى الطويل لبنيوّهم.

