

# دورة إدارة علاقات عملاء التجزئة الفاخرة والتميز في المبيعات

14 – 18 ديسمبر 2026

سان دييغو

AGILE LEADERS
Training Center

# دورة إدارة علاقات عملاء التجزئة الفاخرة والتميز في المبيعات

**المرجع:** 238511_1851 **التاريخ:** 14 – 18 ديسمبر 2026 **المكان:** سان دييغو **الرسوم:** Euro 14000

## نظرة عامة

دورة إدارة علاقات عملاء التجزئة الفاخرة والتميز في المبيعات برنامج مهني يمتد أسبوع لمستشاري المبيعات ومديري المتاجر ومسؤولي الحسابات الراقية وقادة تجربة العميل. يتعلم المشاركون تمثيل رموز العلامة الفاخرة وفهم توقعات العملاء وصياغة القيمة من دون الاعتماد على الخصومات وبناء علاقات مستدامة من خلال إدارة منظمة للعملاء. تجمع الدورة بين مبيعات التجزئة الفاخرة وإدارة علاقات العملاء والسرد القصصي للعلامة وتجربة العميل في المتجر والتواصل المتكامل عبر القنوات. ويغادر كل مشارك بخطة عملية لإدارة علاقات العملاء. تطور أجايل للتدريب قدرات البيع الأخلاقي والواثق في البيئات الفاخرة.

## الفئة المستهدفة

- مستشارو مبيعات التجزئة الفاخرة وكبار مستشاري العملاء
- مشرفو المتاجر ومديرو الفروع والمناطق
- مسؤولو الحسابات الراقية ومديرو العلاقات
- فرق تجربة العميل وإدارة العلاقات والولاء
- سفراء العلامة وفرق الخدمات الراقية المواجهة للعملاء

تناسب الدورة من لديهم خبرة في التعامل مع العملاء أو مسؤولية عن علاقات العملاء ذوي القيمة العالية. ولا تقدم نصائح مالية شخصية أو وعودا بنتائج مبيعات ولا تعلم أساليب الضغط أو التلاعب.

## الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة إدارات المبيعات وتجربة العميل وإدارة العلاقات وعمليات العلامة والتعلم والتطوير والولاء والقيادة التجارية. وتناسب الأزياء والمجوهرات والساعات والجمال والسيارات والضيافة الراقية والتصميم وخدمات أسلوب الحياة والخدمات الخاصة.

AGILE LEADERS
Training Center

## الأهداف التعليمية

- التمييز بين توقعات الأسواق العامة والراقية والفاخرة وتكييف أسلوب البيع
- تمثيل رموز العلامة وتاريخها وقيمة منتجاتها بسرد قصصي موثوق
- إجراء استكشاف مهني لاحتياجات العملاء مرتفعي التوقعات
- استخدام سجلات العملاء والتواصل الشخصي لتعزيز العلاقة
- معالجة الاعتراضات والمواقف الصعبة مع حماية قيمة العلامة
- تصميم تجربة متسقة داخل المتجر وعبر القنوات
- قياس الاحتفاظ وإعادة التنشيط وتطور العلاقات

## منهجية الدورة

تستخدم الدورة النقاش الميسر والعروض وقوائم الملاحظة وحالات العملاء وتمثيل الأدوار والتغذية الراجعة والتخطيط الفردي. وتتجمع المخرجات اليومية في خطة لإدارة علاقات العملاء تشمل ملف العميل وطقوس البيع وخطة الاتصال وأدلة المحادثة ومقاييس الأداء.

## اليوم 1: رموز السوق الفاخرة وتمثيل العلامة

- الفروق بين عروض القيمة العامة والراقية والفاخرة
- توقعات العملاء ذوي القيمة العالية والمتنوعين ثقافيا
- رموز العلامة وتاريخها والحرفية والندرة المنضبطة
- المستشار بوصفه ممثلا موثوقا للعلامة
- الحضور المهني والخصوصية والحدود والسلوك الأخلاقي

## اليوم 2: استكشاف احتياجات العميل والقيمة العاطفية

- التحضير للمواعيد وقراءة المعلومات المتاحة عن العميل
- بدء الحوار من دون افتراضات عن المكانة أو الإنفاق
- الأسئلة والإنصات لفهم المناسبة والهوية والتفضيلات
- تمييز القيمة العاطفية والوظيفية من دون تنميط
- بناء ملف لإدارة علاقات العملاء الراقية

AGILE LEADERS
Training Center

## اليوم 3: السرد والعرض وصياغة القيمة

- تحويل معرفة المنتج إلى قصص مرتبطة باهتمام العميل
- ربط تاريخ العلامة والمواد والحرفية بأولويات العميل
- تنسيق الخيارات من دون إرباك العميل
- بناء طقوس بيع متسقة من الترحيب إلى العرض
- تقديم السعر بثقة وحماية القيمة المتصورة

## اليوم 4: الاعتراضات والتفاوض الراقي والمواقف الصعبة

- تشخيص التردد والمقارنة والتوقيت ومخاوف القيمة
- الرد على طلبات الخصم من دون التقليل من شأن العميل
- استخدام البدائل وقيمة الخدمة في التفاوض الراقي
- معالجة السلوك المتطلب مع الحفاظ على الكرامة والحدود
- استعادة الخدمة والمحافظة على العلاقة المستقبلية

## اليوم 5: إدارة العلاقات عبر القنوات والاحتفاظ والأداء

- بناء سجلات دقيقة ومفيدة تراعي موافقة العميل
- تخطيط إيقاع المتابعة والمواعيد وإعادة التنشيط
- ربط المتجر والرسائل والهاتف ونقاط الاتصال الرقمية
- متابعة الاحتفاظ وإعادة التنشيط وجودة العلاقة
- إكمال خطة تسعين يوما ومراجعتها مع المدير

## المخرجات العملية

- دليل استكشاف احتياجات العميل الفاخر
- إطار السرد القصصي للعلامة
- قائمة طقوس البيع في المتجر
- ملف العميل وتقويم التواصل
- خريطة الاستجابة للمواقف الصعبة
- خطة تسعين يوما لإدارة العلاقات عبر القنوات

AGILE LEADERS
Training Center

## الأسئلة الشائعة

### هل تقتصر الدورة على متاجر الأزياء؟

لا، فهي تناسب البيئات الراقية التي تعتمد على الخدمة الشخصية ومعنى العلامة واستمرارية العلاقة.

### هل تعلم الدورة الإغلاق الضاغط؟

لا، بل يتدرب المشاركون على دعم القرار باحترام وصياغة القيمة وإغلاق يحافظ على العلاقة.

### هل تستخدم الدورة نظاما محددا لإدارة العلاقات؟

الدورة محايدة تقنيا وتركز على هيكل المعلومات وإيقاع العمل اللازمين لإدارة العملاء.

### كيف تختلف عن دورة المبيعات العامة؟

تركز على رموز الفخامة وطقوس البيع والخصوصية وتمثيل العلامة وسجلات العملاء ومقاييس العلاقة طويلة الأمد.

### ما الذي يعود به المشارك إلى العمل؟

يكمل كل مشارك خطة عملية تضم أدوات المحادثة والخدمة والتواصل والقياس.