

## کارگاه آموزشی - تخصصی راه اندازی

### باشگاه وفاداری مشتریان

**در صنایع پوشاک، چرم - لوازم آرایشی و بهداشتی - جواهر و زیور آلات**

به همراه بررسی راهکار های نوین بازار یابی و تبلیغات دیجیتال

تهران - پنج شنبه ۵ دی ماه ۱۳۹۲ ساعت: ۱۴ - ۱۹ مکان: برج میلاد

سازمانها تا دیروز تنها در اندیشه یافتن مشتری بودند ولی امروزه رشد دادن مشتری، توجه به رضایتمندی وی، کیفیت از دیدگاه وی و در نهایت یعنی ایجاد وفاداری مشتری هدف اصلی سازمانهای رقابتی می باشد و تمایل زیادی نسبت به وفاداری بوجود آمده است. سازمانها امروزه به دنبال وفادار ساختن مشتریان خود هستند چرا که آنها به این حقیقت پی برده اند که مشتری به عنوان عاملی حیاتی برای موفقیت سازمانها بوده و جذب مشتریان جدید بسیار پر هزینه تر از حفظ مشتریان فعلی خواهد بود. امروزه باشگاه مشتریان به عنوان یک ابزار بسیار اثر گذار در شناسایی مشتریان مهم و وفادار کردن آنها در جهان مطرح است. این ابزار اثرگذار ترکیبی از انواع کاردهای بازاریابی و فروش، تحقیق و توسعه، برندینگ، مدیریت ارتباط با مشتری، رضایت سنجی مشتری و... را در بر می گیرد.

**مرکز تخصصی باشگاه مشتریان** به عنوان اولین و تنها مرجع تخصصی آموزش، مشاوره و راه اندازی باشگاه مشتریان در ایران با همکاری شرکت مهرياسان در راستای فرهنگ سازی و معرفی جدید ترین متد های راه اندازی و مدیریت باشگاه اعضا و مشتریان، در نظر دارد سلسله دوره کارگاه های تخصصی راه اندازی و مدیریت باشگاه مشتریان را جهت سازمان ها و صنایع مختلف برگزار نماید.

**اهداف دوره:** آشنایی شرکت کنندگان با اصول راه اندازی و راهبری باشگاه مشتریان و اعضا بصورت کاربردی

**مخاطبان دوره :** مدیران و کارشناسان ارشد بازرگانی، بازاریابی، فروش، تبلیغات و روابط عمومی، مدیران باشگاه مشتریان ، مدیران ارتباط با مشتریان CRM و...

- شرکت های تولید، واردات و پخش مواد شوینده و پاک کننده ، لوازم آرایشی و بهداشتی، عطر و ادکلن
- فروشگاه های عرضه مواد شوینده و پاک کننده ، لوازم آرایشی و بهداشتی عطر و ادکلن
- شرکت های تولید، واردات و پخش پوشاک ، چرم ، ساعت ، جواهر و زیور آلات
- فروشگاه های عرضه پوشاک ، چرم ، ساعت ، جواهر و زیور آلات

## سرفصل های کارگاه آموزشی راه اندازی باشگاه مشتریان :

۱. تعریف باشگاه مشتریان
  ۲. بررسی انواع مدل های باشگاه مشتریان
  ۳. گامهای ایجاد یک باشگاه مشتریان
  ۴. تحلیل رفتارمشتریان و هدف گذاری باشگاه
  ۵. چگونگی طراحی سناریو و مدل امتیازی باشگاه مشتریان
  ۶. بررسی ابزار، نرم افزار ها و سخت افزار های مورد نیاز راه اندازی باشگاه مشتریان
  ۷. روش های مدیریت تعریف کمپین های باشگاه مشتریان
  ۸. مورد کاوی و بررسی نمونه های ایرانی و بین المللی باشگاه مشتریان
- ❖ همچنین در این کارگاه آموزشی به بررسی راهکار های نوین بازار یابی دیجیتالی شامل مباحث طراحی وب سایت ، بهینه سازی وب سایت برای موتورهای جستجو ، بازاریابی شبکه های اجتماعی ، بازاریابی موبایلی و... پرداخته خواهد شد.

## مدرس : جناب آقای مهندس علیرضا جعفری

- ✓ کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی (eMBA)
- ✓ دبیر کل نخستین کنفرانس ملی باشگاه مشتریان ۱۳۹۱ و دومین کنفرانس بین المللی باشگاه مشتریان ۲۰۱۴
- ✓ مشاور ارشد سازمانها و برند های معتبر در زمینه راه اندازی باشگاه مشتریان و بازاریابی دیجیتالی
- ✓ بنیانگذار نخستین مرکز تخصصی باشگاه مشتریان در ایران
- ✓ مولف و مترجم نخستین کتب باشگاه مشتریان در ایران
- ✓ مدرس مراکز آموزش عالی کشور در زمینه مدیریت اجرایی

