



MÜŞTERİ BAĞLILIĞI STRATEJİLERİ EĞİTİMİ

2-3 Gün



Digital Vizyon
Akademi

www.digitalvizyon.net

Eğitim Hakkında

Kurumların başarısı, müşterilerle kurulan uzun vadeli ilişkiler üzerinde büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu nedenle, Müşteri Bağlılığı Stratejileri Eğitimi, katılımcıların müşteri bağlılığını artırmaya yönelik yöntem öğrenilmektedir. Ayrıca bu teknikleri kapsamlı bir şekilde kavranmaktadır.

Eğitim programının başlangıcında, müşteri sadakatının kurumsal performans üzerindeki önemi ele alınmaktadır. Katılımcılara, yeni müşteri kazanmanın mevcut müşterileri elde tutmaktan daha maliyetli olduğu ve müşteri bağlılığının sürdürülür büyüme için kritik rol oynadığı aktarılmaktadır. Böylece, katılımcılar müşteri bağlılığının işletmeler için niçin hayati önem taşıdığını kavramaktadır. Daha sonra, müşteri ilişkileri yönetimi konusu detaylı bir şekilde incelenmektedir. Katılımcılar, [müşteri profili oluşturma](#), müşteri segmentasyonu, müşteri iletişim kanalları ve etkileşim noktaları, veri analitiği ile müşteri verilerinden anlam çıkarma gibi konularda bilgi ve beceri kazanmaktadır. Bu sayede, daha etkin müşteri ilişkileri yönetimi yapabilme yetkinliği geliştirmektedir.

Eđitimin ilerleyen bölümlerinde, müşteri deneyimi yönetimi konusu ele alınmaktadır. Müşteri deneyiminin ölçülmesi ve izlenmesi, deneyimi iyileştirmeye yönelik stratejiler geliştirme, çalışan bağlılığı ve motivasyonunun müşteri deneyimine etkisi, müşteri geri bildirimlerini değerlendirme ve aksiyona dönüştürme gibi konular üzerinde durulmaktadır. Katılımcılar, müşteri deneyimini optimum hale getirme yöntemlerini öğrenmektedir. Eğitim programının ilerleyen kısımlarında, müşteri sadakati programları kapsamlı olarak incelenmektedir. Ödül, puan, avantaj gibi teşvik sistemlerinin tasarlanması, kişiselleştirilmiş sadakat programları oluşturma önem arz etmektedir. Ayrıca sadakat programlarının etkinliğinin ölçülmesi ve geliştirilmesi, müşterilerin duygusal bağlılığını artırma stratejileri değerlendirilmektedir. Katılımcılar, müşteri sadakatını güçlendirmek için gerekli bilgi ve beceriyi edinmektedir. Eđitimin son bölümünde ise, müşteri verileri, deneyimi ve sadakati unsurlarının bütünleştirilmesi, [kurumsal kültür](#) ve değerlerin müşteri odaklılığa uyumlaştırılması, bütüncül bir müşteri bağlılığı programının oluşturulması ve sürekli geliştirilmesi gibi konular işlenmektedir. Katılımcılar, tüm bu unsurları entegre ederek kapsamlı müşteri bağlılığı stratejileri geliştirmektedir.

Bu eğitim programı, müşteri bağlılığını artırarak kurumsal başarıyı güçlendirmeyi hedefleyen tüm profesyoneller için tasarlanmıştır. Katılımcılar, edindikleri bilgi ve beceriler sayesinde, müşteri odaklı yaklaşımlar geliştirerek kurumsal performansı önemli ölçüde yükseltebilecektir.

Neler Öğreneceksiniz

- Müşteri sadakatının kurumsal performans üzerindeki önemi
- Yeni müşteri kazanmanın mevcut müşterileri elde tutmaktan daha maliyetli olması
- Müşteri bağlılığının sürdürülebilir büyüme için kritik rolü
- Müşteri profili oluşturma ve segmentasyon teknikleri



- Müşteri iletişim kanalları ve etkileşim noktalarının yönetimi
- Veri analitiği ile müşteri verilerinden anlam çıkarma yöntemleri
- Kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri sunma stratejileri
- Müşteri deneyiminin ölçülmesi, izlenmesi ve iyileştirilmesi
- Çalışan bağlılığı ve motivasyonunun müşteri deneyimine etkisi
- Müşteri geri bildirimlerinin değerlendirilmesi ve aksiyona dönüştürülmesi
- Ödül, puan, avantaj gibi müşteri sadakati programlarının tasarlanması
- Kişiselleştirilmiş sadakat programlarının oluşturulması
- Sadakat programlarının etkinliğinin ölçülmesi ve geliştirilmesi
- Müşterilerin duygusal bağlılığını artırma stratejilerinin uygulanması
- Müşteri verileri, deneyimi ve sadakati unsurlarının bütünleştirilmesi
- Kurumsal kültür ve değerlerin müşteri odaklılığa uyumlaştırılması
- Kapsamlı bir müşteri bağlılığı programının oluşturulması ve sürekli geliştirilmesi

Ön Koşullar

- Katılımcıların satış, pazarlama, müşteri ilişkileri veya hizmet alanlarında görev alması
- Müşteri odaklı yaklaşımları benimsemeye istekli olmaları
- Veri analitiği, müşteri deneyimi ve iletişim konularında temel bilgi sahibi olması
- Aktif katılım göstermeye hazır olmaları

Kimler Katılmalı

- Pazarlama Müdürleri, Satış Müdürleri
- Müşteri Hizmetleri Yöneticileri
- Dijital Dönüşüm ve Veri Analitiği Uzmanları
- Müşteri Deneyimi Tasarımcıları
- Sadakat Programları Sorumluları
- İş Geliştirme ve Strateji Ekiplerinden Çalışanlar
- Müşteri odaklı bakış açısını güçlendirmek isteyen tüm profesyoneller

Outline (3 Günlük Eğitim Programı)

1. Gün:

Müşteri Bağlılığının Önemi

- Kurumsal Performans Üzerindeki Etkisi
- Yeni Müşteri Kazanma Maliyetleri
- Sürdürülebilir Büyüme için Kritik Rol

Müşteri İlişkileri Yönetimi



- Müşteri Profili Oluşturma ve Segmentasyon
- Müşteri İletişim Kanalları ve Etkileşim Noktaları
- Veri Analitiği ile Müşteri Verilerinden Anlam Çıkarma
- Kişiselleştirilmiş Müşteri Deneyimleri Sunma

Müşteri Deneyimi Yönetimi

- Müşteri Deneyiminin Ölçülmesi ve İzlenmesi
- Müşteri Deneyimini İyileştirme Stratejileri
- Çalışan Bağlılığı ve Motivasyonunun Etkisi
- Müşteri Geri Bildirimlerinin Değerlendirilmesi

2. Gün:

Müşteri Sadakati Programları

- Ödül, Puan, Avantaj Sistemlerinin Tasarlanması
- Kişiselleştirilmiş Sadakat Programlarının Oluşturulması
- Sadakat Programlarının Etkinliğinin Ölçülmesi ve Geliştirilmesi
- Müşterilerin Duygusal Bağlılığını Artırma Stratejileri

Bütüncül Müşteri Bağlılığı Stratejileri

- Müşteri Verileri, Deneyimi ve Sadakati Unsurlarının Entegrasyonu
- Kurumsal Kültür ve Değerlerin Müşteri Odaklılığa Uyumu
- Kapsamlı Müşteri Bağlılığı Programının Oluşturulması
- Müşteri Bağlılığı Stratejilerinin Sürekli Geliştirilmesi

3. Gün: (Opsiyonel)

Müşteri Segmentasyonu ve Hedefleme

- İleri Düzey Müşteri Segmentasyon Modelleri
- Her Segment için Farklılaştırılmış Stratejiler Geliştirilmesi
- Hedef Müşteri Kitlelerinin Belirlenmesi

Dijital Dönüşüm ve Müşteri Bağlılığı

- Omnichannel Müşteri Deneyiminin Tasarlanması
- Yapay Zeka ve Veri Analitiği Uygulamalarının Kullanımı
- Müşteri Bağlılığı Ölçümlerinin Dijitalleştirilmesi

Müşteri Bağlılığı Yönetiminde İnovasyon

- Yeni Nesil Sadakat Programlarının Keşfedilmesi
- Müşteri Deneyimi İyileştirme Alanlarında Yenilikçi Fikirler
- Eğitim Sonunda Kazanılan Yetkinliklerin Değerlendirilmesi