



Understanding Customers' Behaviors and Gaining Their Loyalty

فهم سلوك العملاء واكتساب ولائهم

What Will I Benefit?



ماذا سأستفيد؟

This course aims to equip YOU with a comprehensive understanding of customer behavior and the psychological and strategic tools necessary for developing and maintaining customer loyalty. Participants will learn practical skills to influence consumer decisions, design loyalty programs, and measure retention.

تهدف هذه الدورة إلى تزويدك بفهم شامل لسلوك العملاء والأدوات النفسية والاستراتيجية اللازمة لتطوير ولاء العملاء والحفاظ عليه. سيتعلم المشاركون مهارات عملية للتأثير على قرارات المستهلكين، وتصميم برامج الولاء، وقياس معدل الاحتفاظ بالعملاء.

Course Objectives



أهداف الدورة

At the end of this course, the participants should be able to:

- * Understand the psychological and sociological factors influencing customer behaviors.
- * Segment and identify customers to personalize loyalty strategies.
- * Create and implement effective loyalty programs that enhance customer retention.
- * Leverage emotional triggers and cognitive biases to drive loyalty.
- * Monitor, measure, and improve loyalty programs based on customer data and feedback.

في نهاية الدورة التدريبية يجب أن يكون المشاركون قادرين على:

- * فهم العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر في سلوك العملاء.
- * تقسيم وتحديد العملاء لتخصيص استراتيجيات الولاء.
- * إنشاء وتنفيذ برامج ولاء فعالة تعزز الاحتفاظ بالعملاء.
- * استخدام المحفزات العاطفية والتحييزات الإدراكية لتحفيز الولاء.
- * مراقبة وقياس وتحسين برامج الولاء بناءً على بيانات العملاء وردود الفعل.

Target Audience



الفئة المستهدفة

- * Marketing Professionals
- * Customer Relationship Professionals
- * Sales Managers
- * Brand Managers
- * Product Managers

- * مسؤولي التسويق
- * مسؤولي علاقات وخدمات العملاء
- * مدراء المبيعات
- * مدراء الهوية
- * مدراء المنتجات

Course Outline



محتوى الدورة

► Introduction to Customer Behavior and Loyalty

- * Introduction to Customer Behavior
 - What is customer behavior?
 - Factors influencing customer behavior: psychological, social, personal, and cultural influences.

◀ مقدمة في سلوك العملاء والولاء

- * مقدمة في سلوك العملاء:
 - ما هو سلوك العملاء؟
 - العوامل المؤثرة في سلوك العملاء: التأثيرات النفسية، الاجتماعية، الشخصية، والثقافية.
 - أهمية فهم احتياجات ورغبات العملاء.





- The importance of understanding customer needs and desires.
- * The Customer Decision-Making Process
 - The 5 stages of decision-making: need recognition, information search, evaluation, purchase, post-purchase behavior.
 - How different customers make decisions and how businesses can influence each stage.
- * The Importance of Customer Loyalty
 - Customer loyalty as a driver of sustainable business success.
 - Cost of acquiring new customers vs. retaining existing ones.
 - Case studies of companies that succeeded with strong loyalty programs.
- **Psychological Factors in Consumer Behavior**
 - * Consumer Motivation and Needs
 - Maslow's Hierarchy of Needs and its impact on customer behavior.
 - How to identify customer needs and motivations that drive purchases and loyalty.
 - * Emotional Drivers of Loyalty
 - The role of emotions in purchasing decisions and brand loyalty.
 - Creating emotional connections with customers.
 - Case studies: Brands that excel at emotional marketing.
 - * Cognitive Biases and Decision-Making
 - Understanding cognitive biases (e.g., anchoring, confirmation bias, scarcity).
 - Leveraging these biases to enhance customer loyalty and influence decisions.
- **Customer Segmentation and Personalization**
 - * Introduction to Customer Segmentation
 - The importance of segmentation for targeting specific customer groups.
 - Methods of segmentation: demographic, psychographic, behavioral, and geographic.
 - * Behavioral Segmentation
 - Segmenting customers based on their buying behavior, frequency, and engagement.
 - Identifying high-value customers and how to prioritize them in loyalty programs.
 - * Personalizing Loyalty Programs
 - Customizing rewards and incentives to different customer segments.
 - How to make loyalty programs feel exclusive and relevant to customers.
- **Designing and Implementing Loyalty Programs**
 - * Types of Loyalty Programs

- * عملية اتخاذ قرار العميل:
- المراحل الخمس في اتخاذ القرار: التعرف على الحاجة، البحث عن المعلومات، التقييم، الشراء، سلوك ما بعد الشراء.
- كيف يتخذ العملاء قراراتهم وكيف يمكن للأعمال التأثير على كل مرحلة.
- * أهمية ولاء العملاء:
- ولاء العملاء كمحرك لنجاح الأعمال المستدام.
- تكلفة اكتساب عملاء جدد مقابل الاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
- دراسات حالة لشركات نجحت ببرامج ولاء قوية.
- ◀ **العوامل النفسية في سلوك المستهلك**
- * دوافع المستهلك واحتياجاته:
- هرم ماسلو للاحتياجات وتأثيره على سلوك العملاء.
- كيفية تحديد احتياجات ودوافع العملاء التي تحفز عمليات الشراء والولاء.
- * المحفزات العاطفية للولاء:
- دور العواطف في اتخاذ قرارات الشراء وولاء العلامة التجارية.
- كيفية بناء روابط عاطفية مع العملاء.
- دراسات حالة: العلامات التجارية التي تبرع في التسويق العاطفي.
- * التحيزات الإدراكية واتخاذ القرارات:
- فهم التحيزات الإدراكية (مثل التحيز الإرسائي، التحيز التأكدي، الندرة).
- استغلال هذه التحيزات لتعزيز ولاء العملاء وتأثير القرارات.
- ◀ **تقسيم العملاء والتخصيص**
- * مقدمة في تقسيم العملاء:
- أهمية التقسيم لاستهداف مجموعات معينة من العملاء.
- طرق التقسيم: ديموغرافي، نفسي، سلوكي، وجغرافي.
- * التقسيم السلوكي:
- تقسيم العملاء بناءً على سلوك الشراء، التكرار، والمشاركة.
- تحديد العملاء ذوي القيمة العالية وكيفية إعطائهم الأولوية في برامج الولاء.
- * تخصيص برامج الولاء:
- تخصيص المكافآت والحوافز حسب مجموعات العملاء المختلفة.
- كيفية جعل برامج الولاء تبدو حصريّة وذات صلة للعملاء.
- ◀ **تصميم وتنفيذ برامج الولاء**
- * أنواع برامج الولاء:





- Points-based programs, tiered programs, cashback, membership-based rewards.
- How to choose the right program for your business.
- * The Role of Technology in Loyalty Programs
 - Using CRM systems, loyalty apps, and AI for personalized loyalty experiences.
 - How technology can streamline customer engagement and tracking.
- * Measuring Success and Impact
 - Key performance indicators (KPIs) to measure the effectiveness of loyalty programs (e.g., retention rate, customer lifetime value, Net Promoter Score).
 - Feedback loops and continuous improvement of loyalty programs.
- **Retaining Customers and Future Trends**
 - * Customer Retention Strategies
 - Building long-term customer relationships through personalized communication and experiences.
 - The role of customer service in retention.
 - Case studies on businesses with strong customer retention strategies.
 - * Building Brand Advocates
 - Turning loyal customers into brand ambassadors and influencers.
 - Referral programs and incentivizing word-of-mouth marketing.
 - * Emerging Trends in Customer Loyalty
 - The impact of AI, big data, and personalization on loyalty programs.
 - Sustainability and ethical consumption influencing customer loyalty.
 - The rise of subscription models and customer-centric business approaches.

- البرامج القائمة على النقاط، البرامج المتدرجة، استرداد النقود، المكافآت على أساس العضوية.
- كيفية اختيار البرنامج المناسب لعملك.
- * دور التكنولوجيا في برامج الولاء:
- استخدام أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، تطبيقات الولاء، والذكاء الاصطناعي لتوفير تجارب ولاء مخصصة.
- كيفية تسريع التفاعل مع العملاء وتتبعهم باستخدام التكنولوجيا.
- * قياس النجاح والتأثير:
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس فعالية برامج الولاء (مثل معدل الاحتفاظ، قيمة العميل على مدار الحياة، معدل الترويج الصافي).
- آليات التغذية الراجعة والتحسين المستمر لبرامج الولاء.
- ◀ **الاحتفاظ بالعملاء والاتجاهات المستقبلية**
 - * استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء:
 - بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء من خلال التواصل والتجارب الشخصية.
 - دور خدمة العملاء في الاحتفاظ بالعملاء.
 - دراسات حالة عن الشركات التي تمتلك استراتيجيات قوية للاحتفاظ بالعملاء.
 - * بناء سفراء للعلامة التجارية:
 - تحويل العملاء المخلصين إلى سفراء للعلامة التجارية ومؤثرين.
 - برامج الإحالة وتحفيز التسويق عبر الكلام الشفهي.
 - * الاتجاهات المستقبلية في ولاء العملاء:
 - تأثير الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، والتخصيص على برامج الولاء.
 - الاستدامة والاستهلاك الأخلاقي وتأثيره على ولاء العملاء.
 - صعود نماذج الاشتراك والنهج الموجهة نحو العميل في الأعمال.

Target Competencies



- * Customer Behavior Analysis
- * Effective Feedback
- * Segmentation and Targeting
- * Loyalty Program Design and Implementation
- * Performance Measurement and Continuous Improvement
- * Emotional and Cognitive Drivers of Loyalty

الجدارات المستهدفة

- * تحليل سلوك العملاء
- * التقسيم والاستهداف
- * تصميم وتنفيذ برامج الولاء
- * قياس الأداء والتحسين المستمر
- * المحفزات العاطفية والإدراكية للولاء





Course Methodology



This training course will be carried out through the use of best practices and the right combination of engaging and purposeful tools such as:

- * Practical, relevant case studies
- * Group activities and workshops
- * Related role plays
- * Experiential learning
- * Brainstorming
- * Stimulating mental activities
- * Engaging team competitions
- * Suitable training Videos
- * Presentations
- * Self-assessments
- * Learning with Simulations and Games

منهجية الدورة

سيتم تنفيذ هذه الدورة التدريبية من خلال استخدام أفضل الممارسات ومن خلال اختيار المناسب من الأدوات الهادفة والتفاعلية مثل:

- * الحالات الدراسية والعملية ذات العلاقة
- * ورش العمل وأنشطة جماعية
- * تمثيل الأدوار ذات العلاقة
- * التعلم التجريبي
- * العصف الذهني
- * أنشطة ذهنية محفزة
- * مسابقات جماعية تفاعلية
- * الأفلام التدريبية والمقاطع المصورة
- * العرض التوضيحي
- * تقييم الذات
- * التعلم من خلال المحاكاة والألعاب

Course Information



معلومات الدورة

التاريخ Date	المكان Location	اللغة Language	الرسوم Fees
26-30/4/2026	جدة Jeddah	عربي Arabic	6900 SR
12-16/7/2026	الخبر Khobar	عربي Arabic	6900 SR
6-10/12/2026	الرياض Riyadh	عربي Arabic	6900 SR

Remarks



ملاحظات

- * Fees do not include value added tax
- * Daily snacks & refreshments + lunch meal

- * الرسوم لا تشمل ضريبة القيمة المضافة
- * وجبات خفيفة أثناء الاستراحات + وجبة غداء (يوميًا)

