



ورشة مكثفة مركزية العميل

معايير النجاح للقطاع المالي والمصرفي

MAIN WORKSHOP
CUSTOMER CENTRICITY:
A MATTER OF SURVIVAL
Key Success Factors
in Banking and Finance



TUE - WED

25-26 April 2017

CROWNE PLAZA - MUSCAT |
SULTANTE OF OMAN

EVENT MANAGEMENT

STRATEGIC PARTNERS

SUPPORTED BY

الأصائل لخدمات التدريب
Al-Asayel for Training Services



ORIGIN
GROUP

WHAT IS CUSTOMER CENTRICITY?

Customer-centricity is an approach to doing business that focuses on providing a positive customer experience both at the point of sale and after the sale in order to drive profit and gain competitive advantage. A customer-centric approach can add value to a company by enabling it to differentiate itself from competitors who do not offer the same experience.

مركزية العميل تتمحور حول الأعمال التي تصب تركيزها على العميل وتخلق تجربة فريدة قبل، أثناء، وبعد تقديم الخدمة لضمان استمرارية الربح والنجاح. وهو ما يضيف للشركات التي تطبق هذا النظام الميزة التنافسية التي تبرزها عن باقي الشركات والمؤسسات الخدمية، سواء كانت في القطاع المالي والمصرفي، قطاع الفنادق والضيافة، قطاع الطيران، قطاع الاتصالات، وغيرها من القطاعات الخدمية، بالإضافة إلى بعض الوزارات والهيئات التي تقدم خدماتها للمقيمين والمواطنين.

المحاور الرئيسية

- تعزيز تجربة العميل من خلال الخدمة المبتكرة وإضفاء طابع التفرد الشخصي للعميل.
- غرس ثقافة «مركزية العميل» في بيئة العمل.
- خلق مقارنة معيارية في مركزية العميل من خلال ربط تطبيقاتك مؤسستك مع أفضل.
- الممارسات في مختلف القطاعات الخدمية.

أهم مخرجات الورشة

- دمج ملاحظات العملاء في مرحلة التصميم.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات أداء رئيسية تتمحور حول مركزية العميل.
- تحويل الثقافة المؤسسية ونظام المكافآت بناءً على نتائج مركزية العميل.
- إشراك الإدارة والموظفين.
- قياس رضا العميل عن شركتك.
- موائمة التكنولوجيا باحتياجات العميل.
- تطوير تجربة العميل والتحكم بها.

WORKSHOP DELIVERABLE

Attend this premier workshop and gain insights to:

- Enhancing your customer's experience through Product innovation, personalization and exclusivity.
- Cultivating a customer – centric organisation by installing a customer – centric mindset into the organisation.
- Integrating channeling within the organisation for customer – centric engagement.
- Benchmarking customer centricity in your organisation with best practices from across industries.

KEY LEARNING BENEFITS

Powerful benefits for you and your team

- Incorporate customer feedback into experience design.
- Measure your performance using customer centric KPI's.
- Transform your culture and reward systems.
- Engage leadership and staff.
- Learn how customers feel about your company.
- Align technologies and processes to customer needs.
- Map and improve customer journeys.

TRAINER



Sol Bou Nacklie



«As a matter of survival, Customer Industries and organisations must adopt Customer - Centric approach, putting the customer first, and at the core of their business.»

Sol is a business and management practitioner, as well as teaching at universities and working with companies in the Middle East, Europe and Asia including many banks, finance companies and service industries.

He earned an MBA from Texas Christian University and has over 40 years of experience in management, customer services, sales and marketing; his focus is in building successful businesses in various markets.








Sol worked for 16 years in FMCG, 4 years in industrial developments, 2 years in food manufacturing and sales, and 12 years in home appliances, and most recently 6 years in environmental waste management.

Sol worked for large multinational companies like Procter & Gamble and for large government institutions like the Saudi Industrial Development Fund in Riyadh.

He was born and grew up in Africa, was educated in the US, lived and worked for 16 years in Switzerland and Spain, while he traveled for work in the Middle East, Europe and Africa. Then he moved to Saudi Arabia where he lived and worked for 18 years.

He is conducting many workshops on **customer Centricity and sales & marketing for banking, telecommunication, hotels, airlines and hospitals in the GCC, Europe and MENA Region.**

PROGRAMME | DAY 1

TIME	PROGRAMME
08:00 – 08:30	 <i>Registration - Tea & Coffee</i>
08:30 – 10:00	 Session 1: Customer – Centric Approach <ul style="list-style-type: none">• Introduction on the Concept of Customer Centricity• Customer Behavior• Marketing Strategy• Foster a Customer-Centric Culture
10:00 – 10:15	 <i>Tea & Coffee Break</i>
10:15 – 12:00	 Session 2 : Customer – Centric Best Practices <ul style="list-style-type: none">• The Consumer Purchase Decision Process• Post Decision Process, Based on Usage Experience• Engage with Customers from the Beginning• Demonstrate customer commitment from the top-down• Exercises and Case Studies
12:00 – 12:30	 <i>Prayer Time / Tea & Coffee Break</i>
12:30 - 14:30	 Session 3 : 80/20 Application to Customer – Centric <ul style="list-style-type: none">• Defining and Segmenting Demographics• Use Customer Lifetime Value to Segment Customers• Customer Knowledge• Interactive Exercises
14:30	 <i>Lunch and Close of the day one</i>

PROGRAMME | DAY 2

TIME

PROGRAMME

08:00 – 08:30  *Tea & Coffee (Network)*

08:30 – 10:00  **Session 4 : Customer – Centric Characteristics**

- Consumer Attitude
- Group Influence: How it Impacts the Brand Image
- Recognize the Customer Across all Channels
- Interactive Exercises

10:00 – 10:15  *Tea & Coffee Break*

10:15 – 12:00  **Session 5 : Value of Becoming Customer Centric**

- Making Contact with the Customer
- Customers Opinions
- Design Processes from the Customer's Point of View
- Interactive Exercises

12:00 – 12:30  *Prayer Time / Tea & Coffee Break*

12:30 - 14:30  **Session 6 : Customer – Centric Outcome**

- Helping the Customers to Remember
- Final Interactive Exercises: How to Negotiate a Win Win.
- Encourage Customer Innovation

14:30  *Lunch and Close of the workshop*

برنامج اليوم الثاني

الوقت	البرنامج
08:30 – 08:00	تناول الشاي والقهوة (التواصل) 
10:00 – 08:30	المحاضرة الرابعة (العميل – خصائص المركزية) ◆ سلوك المستهلك ◆ تأثير المجموعة - كيف يؤثر ذلك على صورة العلامة التجارية ◆ الاهتمام بالعميل على كافة الأصعدة ◆ تمارين تفاعلية 
10:15 – 10:00	استراحة الشاي والقهوة 
12:00 – 10:15	المحاضرة الخامسة (أهمية أن تكون عميل مركزي) ◆ التواصل مع العملاء ◆ آراء العملاء ◆ التخطيط للعمليات والسياسات من وجه نظر العميل ◆ تمارين تفاعلية 
12:30 – 12:00	استراحة الصلاة / تناول الشاي والقهوة 
14:30 - 12:30	المحاضرة السادسة (العميل – نتائج المركزية) ◆ مساعدة العملاء على التذكر ◆ آخر تمرين تفاعلي : كيفية التفاوض للحصول على الربح لكل الأطراف ◆ تشجيع العملاء على الابتكار 
14:30	تناول وجبة الغداء ونهاية أعمال الورشة 

الوقت	البرنامج
08:30 – 08:00	التسجيل – تناول الشاي والقهوة 
10:00 – 08:30	المحاضرة الأولى (العميل - منهج المركزية) ◆ مقدمة عن مفهوم مركزية العميل ◆ سلوك العميل ◆ استراتيجية التسويق ◆ احتضان ثقافة مركزية العميل 
10:15 – 10:00	استراحة الشاي والقهوة 
12:00 – 10:15	المحاضرة الثانية (العميل – أفضل الممارسات في المركزية) ◆ مرحلة : اختيار المستهلك لعملية الشراء ◆ مرحلة ما بعد الاختيار : بناءً على عملية الشراء وتجربة الإستهلاك ◆ الاهتمام بالعميل من البداية ◆ اظهار الالتزام بكافة التفاصيل المتعلقة بالعميل ◆ تمارين وحالات دراسة 
12:30 – 12:00	استراحة الصلاة / تناول الشاي والقهوة 
14:30 - 12:30	المحاضرة الثالثة (تطبيق استراتيجية 80/20 للعميل - المركزية) تعريف وتقسيم العملاء بناءً على التركيبة السكانية ◆ الاستفادة من القيمة المضافة للعميل بصورة دائمة بهدف توزيع العملاء ◆ معرفة مدى اضطلاع العميل ◆ تمارين تفاعلية 
14:30	تناول وجبة الغداء ونهاية اليوم الأول 

PAST EVENTS



VENUE



CROWNE PLAZA®

Crowne Plaza, Muscat

T: +968 24 660 660

www.crowneplaza.com

* Please contact organizer for special room rate.



Fees in Omani Riyal

OMR. 380 per delegate

Corporate rates available

الرسوم بالريال العماني

٣٨٠ ر.ع للمشارك الواحد

سعر خاص للمجموعات

Fees Inclusive of:

- Free pass to all sessions.
- Full Workshop Materials.
- Tea, Coffee, Refreshment and Lunch Breaks.
- Certificate of attendance.

Cancellation/Substitutions No cancellation will be permitted once a registration form is received. However, substitution is allowed.

STRATEGIC PARTNERS



MEMBER OF

ORGANISER

الأطائل لخدمات التدريب
Al-Asayel for Training Services

HOW TO REGISTER

+968 9917 1114

+968 24 50 40 30

+968 24 50 40 88

assayel@origin.com.bh

Alnahdha Tower, Ghala, Oman

assayeloman
origin.com.bh

Registration FORM

MAIN WORKSHOP CUSTOMER CENTRICITY:

TUE - WED

25-26

APRIL 2017

**Crowne Plaza - Muscat
Sultant of Oman**

Payment Method:

Please make payments in
favour of :

Account Name:

Al Assayel for Conference

Bank: **Bank Muscat**

Bank Account No.:

0423-04126661-00-11

Please complete the registration form in CAPITAL LETTERS and send it back by **fax +968 24 50 40 88** or contact **Tel. +968 24 50 40 30** for further details.

Organization name

Contact person

Job Title

Mailing address

E-mail

Telephone

Fax

Mobile

Authorized Signature

Date

S/N	DELEGATE NAME	JOB TITLE
1		
2		
3		
4		
5		
6		

* For additional registration, use a copy of this form.

Participation Fees

OMR. 380 per Delegate

*Corporate rate are available

The workshop fee will include:

- Attending all sessions.
- Full workshop materials.
- Lunch, tea and coffee.
- A certificate of attendance.

Cancellation/Substitutions No cancellation will be permitted once a registration form is received. However, substitution is allowed.

EVENT ORGANISER

الأطائل لخدمات التدريب
Al-Asayel for Training Services

HOW TO REGISTER

+968 24 50 40 30

+968 24 50 40 88

assayel@origin.com.bh

Assayeloman

MAIN WORKSHOP

CUSTOMER CENTRICITY

A MATTER OF SURVIVAL

**Key Success Factor
in Finance and Banking**

SUPPORTED BY

ORIGIN[®]
GROUP

EVENT MANAGEMENT

الأصائل لخدمات التدريب
Al-Asayel for Training Services

HOW TO REGISTER

- +968 9917 1114
- +968 24 50 40 30
- +968 24 50 40 88
- assayel@origin.com.bh
- Alnahdha Tower, Ghala, Oman

assayeloman



Origin.com.bh