



دورة:
فن التعامل مع العملاء والمرأجين

2025 - 12 - 8
لندن (المملكة المتحدة)
Landmark Office Space-Portman

فن التعامل مع العملاء والمرجعين

رمز الدورة: RR726 تاريخ الإنعقاد: 8 - 12 ديسمبر 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) -
رسوم الإشتراك: ٥٥٠٠ Euro

مقدمة:

العملاء "Clients" أو المستهلكين أو المستفيدون أو المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديم سلعة أو خدمة أو برنامج أو مشروع لهم.

أطلق عليهم أي اسم عملاء - مستهلكون - متعاملون... أنهم أولئك الأشخاص الذين يستخدمون منتجاتك وخدماتك التي تقدمها لهم.... أنهم الذين يبررون راتبك ويسهمون في تحقيق أرباح شركتك - فكيف يمكن أن تتميز في خدمتهم؟؟

أهداف البرنامج:

سيكون المشاركون في نهاية البرنامج التدريسي قادرين على:

- التعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد في الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي في موقع رئاسة هذا الهرم.
- إدراك أن العميل برغبته واحتياجاته واحتياجاته وأشيائاته - هو المدير الحقيقي للشركة وجميع المستويات الإدارية المختلفة في الشركة تعمل تحت رئاسته لتلبية احتياجاته وأشيائاته.
- التعرف على الأنماط المختلفة للعملاء أو المرجعين وفهم سلوكياتهم وتحديد مفاتيح كسبهم والتعامل معهم.
- إدراك أهمية العناية بالعملاء وبلورة الفوائد الناجحة عن دعم العلاقات معهم والتزويد بأساليب العناية بالعملاء.
- التزود بالمهارات السلوكية الازمة للتعامل الفعال مع العملاء.
- التعرف على مفهوم وخصائص وأنواع الخدمات - والتزود ببعض نظم بيع الخدمات.
- التدرب على أساليب ومهارات إدارة الخدمة المتميزة.
- الحصول على مجموعة من النصائح الخاتمية تمثل دليلاً عمل في التعامل الفعال مع العملاء.

الجمهور المستهدف:

- المدراء الذين يريدون الحصول على تدريب في خدمة العملاء لتعزيز مهاراتهم وتدريب موظفيهم.
- ممثلو خدمة العملاء والموظفون التقنيون.
- موظفو الدعم وممثلو خدمة العملاء الميدانية.
- المسؤولون عن حسابات العملاء.
- موظفو الإئتمان المختصين.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة إلى هذه الدورة.

المحاور العامة للبرنامج:

اليوم الأول:

- من الذي يدير مؤسسات الأعمال؟

- الهرم التنظيمي في الفكر المعاصر.
- مفهوم العملاء.
- تطور الاهتمام بالعملاء.
- العميل يدير الشركة.
- كيف يتحقق الارتباط بين العميل والشركة.
- التعلم من الشركات الناجحة.

- أنماط العملاء وسلوكياتهم:

- أهمية العميل.
- مختبر أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم.
- تمرن لماذا تختلف مع العملاء.
- أنت السبب.
- مختبر الإدراك المتباين.
- كيف ترى نفسك كمقدم خدمة.
- تمرن كيف تستجيب لطالبي الخدمة.
- كيف يتعامل مع عميل غاضب؟

الاليوم الثاني:

- أهمية وأساليب التعامل مع العملاء:

- ماهية التميز في خدمة العملاء.
- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء.
- ماذا يريد العملاء؟
- ماذا يحفز العميل للتعامل مع شركة معينة؟
- تمرن حب لعميلك ما تحب لنفسك.
- تمرن أنا لن أعود إليك.
- دستورنا في التعامل مع العملاء.
- رؤية وتصورات وقيم شركة فورد.
- كيف تدعم علاقتنا مع العملاء.
- استقصاء مناخ التميز.
- استقصاء مفاتيح شخصيتك.

- المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء:

- مفهوم الاتصال الفعال.
- استقصاء فن الإنصات.
- خلاصة الخلاصة في الاتصال بالعملاء.
- استقصاء الاتصالات الشخصية الفعالة.

الاليوم الثالث:

- العوامل التي تحقق التميز في خدمة العملاء:

- مفهوم الخدمة.
- مربع الخدمة.
- مفهوم التميز في الخدمة.

- اسرار التميز في الخدمة.
- قواعد تقديم خدمة جيدة.
- فهم توقعات العملاء.
- ستة توقعات شائعة.

- التعامل مع شكاوى العملاء:

- استمع للعملاء.
- اتخاذ خطوات لحل المشكلة.
- كيف تحول الشكوى لفرصة.
- التعرف في المواقف الصعبة مع العملاء.
- خمسة مراحل للرد على اعتراضات العملاء.
- كيف تطبيق المراحل الخمسة في الموقع العملي.

ال يوم الرابع:

- بناء وإدارة جودة الخدمة:

- جودة الخدمة.
- الأبعاد الخمس لجودة الخدمة.
- نماذج جودة الخدمة.
- ستة خطوات لتحليل الجودة وتحسينها.

- القياس المقارن لتحسين الجودة:

- ما المقصود بالقياس المقارن . "M.B
- القياس المقارن الداخلي "M.B Internal".
- القياس المقارن التنافسي "M.B Competitive".
- القياس المقارن الوظيفي "M.B Functional".
- القياس المقارن الشامل "M.B Generic".
- مراحل القياس المقارن "M.B Phases".
- سبعة أدوات لتحسين الجودة "improvement quality of tools seven The"

ال يوم الخامس:

- قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:

- الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات "service measuring for methods popular Quality"
- مقاييس عدد الشكاوى "measuring Complains"
- مقاييس الرضا "measuring Satisfaction"
- مقاييس الفجوة "measuring Servqual"
- مقاييس الأداء الفعلي "measuring Servper"
- مقاييس العميل الموجه بالقيمة "measuring Quality - service value - User"
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتبطة من العملاء.

- خطة عمل للتميز في خدمة العملاء:

- مبادئ الجودة في خدمة العملاء "service customer Quality of Principles"



- "service customer Quality of Principles 12 The"
- المبادئ الاشنا عشر لخدمة العملاء
 - مختبر علمي لوضع مبادئ خدمة العملاء في الواقع العملي.
 - فيلم تدريبي.