



**دورة:**  
**الذء الإبداعى فى استراتيجىة خدمة العملاء**

**3 - 14 مارس 2025**  
**روها (أىطالىا)**

## الذء الإبداعي في استراتيجفة ذءة العملاء

رمز الذرة: RR103 تاريخ الإنعقاد: 3 - 14 مارس 2025 ذوة الإنعقاد: روما (أطالفا) - رسوم الإشتراك: Euro 9100

### مقدمة:

العملاء أو المستهلكفن أو المستهلكفن أو Clients المتعاملفن هم أحد الأسباب الرئفسفة فف إنشاء المنظمة لتلفة اأناأناهم أو حل المشكلاأ من خلال أقدفة سلعة أو ذمة Good أو برنامج Service مشروع Program لهم.

أطلق علهم أف اسم عملاء - مسأهلكون - معاملون... أنهم أولئك الأشأاص الذفن فسأأدمون منأناأناك وخدمأناك أنا تقدمها لهم.... أنهم الذفن فبررون رأناك ففسهمون فف أأقق أرباأ شركأناك - فكفف فمكن أن أأمفز فف ذمأناهم؟؟

### أهأاف البرنامج:

سفكون المشاركون فف نهافة البرنامج الأربفف فأرففن على:

- الأعرف على شكل الهرم الأناظفمف الأذفف فف الفكر الإأرفف المعاصر وإأراك أن العمل فأنف فف موقع رأناة هذا الهرم
- إأراك أن العمل برغبأناة واأناأناة واأناأناة - هو المأرفف الأقفف للشركة وأمعف المسأناة الإأرففة الأأناة فف الشركة أعمل أناأناة لتلفة اأناأناة وإأناأناة
- الأعرف على الأنماأ الأأناة للعملاء أو المراءعفن وأفهم سلوكفأناهم وأأناة مفأناف كسبهم والأناامل معهم
- إأراك أهمة العنافة بالعملاء وبلورة الفوائأ الأناأناة عن أعم العلاأناة معهم والأناأناة بأناالف العنافة بالعملاء.
- الأناأناة بالمهارأناة السلوكفة اللازمة للأناامل الفعال مع العملاء
- الأعرف على مفهوم وأناأناة وأنواع الأناأناة - والأناأناة فف بعض نظم بفع الأناأناة.
- الأناأناة على أسالف ومهارأناة إأناة الأناأناة المأناة
- الأناأناة على أسلوب لأناأناة الأناأناة فف الأناامل مع العملاء
- أقأناة مأموعة من النصائأ الأناأناة أأناة لأناة العمل فف الأناامل الفعال مع العملاء.

### الأناأناة المسأناة:

- المأناة الذفن فرفأناة الأناأناة على الأناأناة فف ذمة العملاء لأناأناة مهارأناةهم والأناأناة موظفهم.
- ممأناة ذمة العملاء والموظفون الأناأناة.
- موظفو الأناأناة وممأناة ذمة العملاء المفاأناة.

- المسؤولون عن حسابات العملاء.
- موظفو الائتمان المختصين.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة الى هذه الدورة.

## **المحاور العامة للبرنامج:**

### **اليوم الأول:**

#### **- من الذي يدير مؤسسات الاعمال؟**

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

### **اليوم الثاني:**

#### **- أنماط العملاء وسلوكياتهم:**

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

### **اليوم الثالث:**

### - 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؟
- تمرين حب لعميلك ما تحب لنفسك.
- تمرين أنا لن أعود إليك.
- دستورنا في التعامل مع العملاء.
- رؤية وتصورات وقيم شركة فورد.
- كيف تدعم علاقاتنا مع العملاء.
- استقصاء مناخ التميز.
- استقصاء مفاتيح شخصيتك

### اليوم الرابع:

### - المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء:

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

### اليوم الخامس:

### - 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.

## **اليوم السادس:**

### **- التعامل مع شكاوى العملاء:**

- استمع للعملاء.
- اتخذ 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.

## **اليوم السابع:**

### **- بناء وإدارة جودة الخدمة:**

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

## **اليوم الثامن:**

### **- 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 "The seven tools for quality improvement"

### اليوم التاسع:

#### - قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:

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

### اليوم العاشر:

#### - خطة عمل للتميز في خدمة العملاء:

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