Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:
منع الصراعات

17 - 21 نوفمبر 2025

طرابزون (تركيا)

منع الصراعات

رمز الدورة: LS167 تاريخ الإنعقاد: 17 - 21 نوفمبر 2025 دولة الإنعقاد: طرابزون (تركيا) - رسوم الإشتراك: 5500 Euro

مقدمة

العملاء أو المستهلكين أو المستفيدين أوClients
المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو
حل المشكلات من خلال تقديمة سلعة أو خدمة Good أو برنامج Service أو مشروع Program
Projectلهم. أطلق عليهم أي اسم عملاء - مستهلكون - متعاملون... أنهم أولئك الأشخاص الذين يستخدمون منتجاتك وخدمتك 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 التدريبي قادرين على:

- التعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد في الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي في موقع رئاسة هذا الهرم.
- إدراك أن العميل برغباته واحتياجاته وإشباعاته - هو المدير الحقيقي للشركة وجميع المستويات الإدارية المختلفة في الشركة تعمل تحت رئاسته لتلبية احتياجاته وإشباع رغباته.
- التعرف على الأنماط المختلفة للعملاء أو المراجعين وتفهم سلوكياتهم وتحديد مفاتيح كسبهم والتعامل معهم.
- إدراك أهمية العناية بالعملاء وبلورة الفوائد الناتجة عن دعم العلاقات معهم وتزويد المشاركين بأساليب العناية بالعملاء.
- التزود بالمهارات السلوكية اللازمة للتعامل الفعال مع العملاء.
- التعرف على مفهوم وخصائص وأنواع الخدمات - وتزويد المشاركين ببعض نظم بيع الخدمات.
- التدرب على اساليب ومهارات إدارة الخدمة المتميزة.
- الحصول على مجموعة من النصائح الختامية تمثل دليل 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 وممثلوا 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 الإرتباط بين العميل والشركة.
- التعلم من الشركات الناجحة.

- أنماط العملاء وسلوكياتهم:

- أهمية العميل customer of Importance
- مختبر أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم.
- تمرين لماذا تختلف مع العملاء.
- أنت السبب.
- مختبر الإدراك المتبادل.
- كيف ترى نفسك كمقدم خدمة.
- تمرين كيف تستجيب لطالبي الخدمة.
- كيف يتعامل مع عميل غاضب؟ customer upset with deal to How

اليوم الثاني :

- أهمية وأساليب التعامل مع العملاء:

- ماهية التميز في خدمة العملاء excellence service Customer
- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء.
- ماذا يريد العملاء؟ ?wants customer do What
- ماذا يحفز العميل للتعامل مع شركة معينة؟ ?company specific with deal to customers motivate What
- 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.

- المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء:

- مفهوم الاتصال الفعال skills Communication
- استقصاء فن الانصات customer the to listening of art The
- خلاصة الخلاصة في الاتصال بالعملاء.
- استقصاء الاتصالات الشخصية الفعالة.

اليوم الثالث :

- العوامل التي تحقق التميز في خدمة العملاء:

- مفهوم الخدمة.
- مربع الخدمة.
- مفهوم التميز في الخدمة.
- اسرار التميز في الخدمة service customer good of Secret
- قواعد تقديم خدمة جيدة service customer good for Rules
- فهم توقعات العملاء expectations Customer
- ستة توقعات شائعة expectations Customer common Six

- التعامل مع شكاوى العملاء complaints Customers with Dealing

- استمع للعملاء.
- اتخذ خطوات لحل المشكلة.
- كيف تحول الشكوى لفرصة opportunity complaints customer Turn
- التعرف في المواقف الصعبة مع العملاء Handling challenging situation with customer a - focused mindset

- خمسة مراحل للرد على اعتراضات العملاء.
- كيف تطبيق المراحل الخمسة في الموقع العملي process step five the Applying

اليوم الرابع :

- بناء وإدارة جودة الخدمة quality service managing and Building

- جودة الخدمة .quality Service
- الأبعاد الخمس لجودة الخدمة quality service of dimensions five The
- نماذج جودة الخدمة improvement continuous and Quality
- ستة خطوات لتحليل الجودة وتحسينها improvement and analysis quality for steps Six

- القياس المقارن لتحسين الجودة improvement quality for Benchmarking

- 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

اليوم 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
- مقياس الأداء الفعلي measuring Servper
- مقاييس العميل الموجه بالقيمة measuring Quality - service value - User
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء.

- خطة عمل للتميز في خدمة العملاء service Customer plan action

- مبادئ الجودة في خدمة العملاء service customer Quality of Principles

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