



**دورة:
منع الصراعات**

2025 أغسطس 17 - 21
اسطنبول (تركيا)
DoubleTree by Hilton Istanbul

هتج الصرعات

رمز الءورة: LS167 تاريخ الائنءاء: 17 - 21 أغسطس 2025 ءولة الائنءاء: اسطنبول (تركيا) - Istanbul Hilton by DoubleTree رسوم
الاشءراك: Euro 5500

مقدمة

العملاء أو المسءهلكين أو المسءفءءن أو Clients المتعاملين هم أءء الأسباب الرئسفة فف إنشاء المنظمة لءلفة اءءاءاءهم أو حل المشكلاء من ءلال ءقءفمة سلعة أو ءءمة Good أو برنامء Service مشروع Program لهم. أطلق علفهم أف اسم عملاء - مسءهلكون - معاملون... أنهم أولئك الأشءاء الءفن فسءءمون منءءاءك وءءمءك الءف ءقءمها لهم.... أنهم الءفن فبررون راءبك ففسهمون فف ءءقق أرباح شركءك - فكفف فمكن أن ءمفمز فف ءءمءهم؟

أءءاف البرنامء :

سفكون المشاركون فف نهاء البرنامء ءءرفف فاءرفن على:

- الءرف على شكل الهرم الءنظفمف الءءء فف الفكر الإءارف المعاصر وإءراك أن العمل فاءف فف موقع رئاسة هءا الهرم.
- إءراك أن العمل برءبائه وإءءاءائه وإشباعائه - هو المءءر الءقفف للشركة وءمفع المسءواء الإءرفة المءءلفة فف الشركة ءعمل ءء رئاسءه لءلفة اءءاءائه وإشباع رءبائه.
- الءرف على الأنماط المءءلفة للعملاء أو المراءعفن وءفهم سلوكفاءهم وءءءء مفاءفء كسبهم والءعامل معهم.
- إءراك أهمية العناءة بالعملاء وبلورة الفواءء الناءءة عن ءعم العلاءاء معهم وءزواء المشاركن بأسالفب العناءة بالعملاء.
- الءزواء بالمهاراء السلوكفة اللازمة للءعامل الفعال مع العملاء.
- الءرف على مفهوم وءصائص وأنواع الءءماء - وءزواء المشاركن ببعض نظم بفء الءءماء.
- الءرب على اسالفب ومهاراء إءارة الءءمة المءمفزة.
- الءصول على مءموعة من النصاءء الءءامفة ءمءل ءلفل عمل فف الءعامل الفعال مع العملاء.

الءمهور المسءءف :

- المءراء الءفن فرفءون الءصول على ءرب فف ءءمة العملاء لءعزفز مهاراءهم وءرب موظففهم.
- ممءلو ءءمة العملاء والموظفون الءقفون.
- موظفو الءعم وممءلوا ءءمة العملاء المفءانفة.
- المسؤولون عن ءساباء العملاء.
- موظفو الإءءمان المءءصفن.
- كل من فرءب بءطوفر مهاراءه وءبراءه ورفى الءاءة إلى هءه الءورة.

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 لطلبي الخدمة.
- كيف يتعامل مع عميل غاضب؟ How to deal with customer upset

اليوم الثاني :

- أهمية وأساليب التعامل مع العملاء:

- ماهية التميز في خدمة العملاء Customer excellence service
- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء.
- ماذا يريد العملاء؟ What do customers want?
- ماذا يحفز العميل للتعامل مع شركة معينة؟ What motivates customers to deal with company specific?
- 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 Communication skills
- استقصاء فن الانصات The art of listening to the customer
- خلاصة الخلاصة في الاتصال بالعملاء.
- استقصاء الاتصالات الشخصية الفعالة.

اليوم الثالث :

- العوامل التي تحقق التميز في خدمة العملاء:

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

- التعامل مع شكاوى العملاء Dealing with Customer complaints

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

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

اليوم الرابع :

- بناء وإدارة جودة الخدمة **quality service managing and Building**

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

- 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 The seven quality improvement tools

اليوم الخامس :

- قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:

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

- خطة عمل للتميز في خدمة العملاء **service Customer plan action**

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