



دورة:

الذاء الإبداعي في استراتيجية خدمة العملاء

25 أغسطس - 5 سبتمبر 2025
براغ (جمهورية التشيك)

الذء الإبداعي في استراتيجية ذءة العملاء

رمز الذرة: RR103 تاريخ الإنعاء: 25 أغسطس - 5 سبأبر 2025 ذوة الإنعاء: براغ (ذهورية التشيك) - رسوم الإشارك: Euro 9100

مقدمة:

العملاء أو المسأهلكين أو المسأفدين أو Clients
المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المسأكلات من خلال تقديمه سلعة أو خدمة Good أو برنامج Service مشروع Program أو Project لهم.

أطلق عليهم أي اسم عملاء - مسأهلكون - 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 وإشباعه - 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 والتزود بأساليب العناية بالعملاء.
- التزود بالمهارات السلوكية اللازمة للتعامل الفعال مع العملاء
- التعرف على مفهوم وخصائص وأنواع الخدمات - والتزود ببعض نظم بيع الخدمات.
- التدريب على أساليب ومهارات إدارة الخدمة المتميزة
- التدريب على أسلوب لحظات الصدق في التعامل مع العملاء
- تقديم مجموعة من النصائح الختامية تمثل دليل عمل في التعامل الفعال مع العملاء.

الجمهور المسأهدف:

- 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 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.