



**دورة:
منع الصراعات**

**31 مايو - 4 يونيو 2027
لندن (المملكة المتحدة)**

منع الصراعات

رمز الدورة: LS167 تاريخ الإنعقاد: 31 مايو - 4 يونيو 2027 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5775

مقدمة

العملاء أو المستهلكين أو المستفيدين أو Clients المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديم سلع أو خدمات Good أو برنامج Service مشروع Program 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 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 وإشبعاته - 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.
- التدريب على أساليب 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 الائتمان 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 لطلباتي 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 service excellence
- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء.
- ماذا يريد العملاء؟ What does customer 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.
- مربع 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 Benchmarking for quality improvement

- 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 الخامس :

- قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:

- الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات Quality service measuring for popular methods
- مقاييس عدد الشكاوى measuring Complains
- مقاييس الرضا measuring Satisfaction
- مقاييس الفجوة measuring Servqual
- مقياس الأداء الفعلي measuring Servper
- مقاييس 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 service customer Quality of Principles
- المبادئ الاثنى عشر لخدمة العملاء 12 The service customer Quality of Principles
- مختبر علمي لوضع مبادئ خدمة العملاء في الواقع العملي.
- فيلم تدريبي.