MERCURY

الذكاء العاطفي وتجربة العميل

31 أكتوبر – 4 نوفمبر 2027

لشبونة (البرتغال)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الذكاء العاطفي وتجربة العميل

المرجع: 187371_120575 **التاريخ:** 31 أكتوبر – 4 نوفمبر 2027 **المكان:** لشبونة (البرتغال) **الرسوم:** Euro 5600

المقدمة:

في ظل التطورات الاقتصادية الأخيرة والمنافسة المتزايدة ، تبذل الشركات كل ما في وسعها للبقاء في بيئة معادية ، وأصبحت الجهود التي بذلتها منذ سنوات لتحسين خدمة العملاء ، مبتذلة ، حيث استثمرت مبالغ ضخمة من المال في علاقة العملاء. إدارة CRM. لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن العملاء والتواصل معهم بشكل أفضل. ولكن الآن وصلت الجهود المطلوبة لتلبية تطلعات المستهلكين إلى مرحلة أكثر تقدمًا ، حيث يولد مفهوم تجربة العملاء ضغوطًا تنافسية جديدة.

الفئات المستهدفة:

- مدراء نظام شكاوى العملاء.
- الموظفون ومدراء خدمة العملا.
- الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركين قادرين على:

- توضيح أهمية إدارة نظام شكاوى العملاء لتحسين أداء المؤسسة.
- تطبيق نظام آراء العملاء والذي من شأنه أن يزيد من رضا العملاء والاحتفاظ بهم.
- إدارة كل مرحلة من مراحل التعامل مع الشكاوى من التحضير إلى أن يتم حل الشكوى.
- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية ذات الصلة لتقييم ومراجعة أنظمة الشكاوى.
- تقييم الأنظمة الموجودة ومطابقتها مع أفضل المعايير العالمية للتعامل مع الشكاوى.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

- عوامل تحقيق التميز في خدمة العملاء من خلال قياس جودة الخدمة ومفهومها.
- معايير النظام والإجراءات لإدارة ومعالجة الشكاوى.
- الكفاءة والإبداع في عملية إدارة نظم شكاوي العملاء.
- فن التواصل الفعال والتعامل مع العملاء والتأثير فيهم.
- التعامل الإبداعي مع شكاوى العملاء وتحليل الاعتراضات وكيفية الرد عليها.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، عوامل تحقيق التميز في خدمة العملاء من خلال قياس جودة الخدمة ومفهومها:

- الذكاء العاطفي ومراحل اكتساب المهارات الاجتماعية
- ما معنى خدمة العملاء وواقعية مفهوم العملاء دائما على حق
- خدمة العملاء بالمفهوم الإداري الحديث ومدى أثر ذلك على إتقان الخدمة
- أهمية الأفعال الرمزية في تنفيذ الخطة الاستراتيجية لجودة العملاء ومدى تقدير المؤسسة للقائمين على التنفيذ
- التأثير النفسي للألوان ومدى رمزية عمليات التسويق على نوعية الخدمة المقدمة
- تضارب وتضافر عمليات التسويق مع خدمة العملاء وأثر ذلك على نجاح المؤسسات
- استقرار المؤسسات وأثر عمليات خدمة العملاء على إدارة الجودة
- مميزات الإدارة الاستراتيجية لخدمة العملاء كوسيلة لدعم التنافسية

الوحدة الثانية، معايير النظام والإجراءات لإدارة ومعالجة الشكاوى:

- خلفية عن معايير إدارة الشكاوى
- نموذج آيزو 9001
- آيزو 9001 ومتطلبات إدارة الشكاوى
- العناصر الأساسية لنظام إدارة الشكاوى
- آيزو 10002:2018 المبادئ التوجيهية لعملية معالجة الشكاوى

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثالثة، الكفاءة والإبداع في عملية إدارة نظم شكاوي العملاء:

- ما المقصود بـ "شكوى العميل"؟
- المظاهر المبدئية لشكاوى العملاء
- الكفاءة والإبداع في عملية إدارة نظم شكاوي العملاء
- تصميم نظام ملاحظات العملاء لتعزيز الآداء التنظيمي
- تحسين النظام شكاوي العملاء والجمهور وفق معايير عالمية
- التميز في تحويل شكاوي العملاء إلى فرص حقيقية
- تحويل شكاوى العملاء إلى سلاح استراتيجي
- الفروق الجوهرية بين الشكاوي الحقيقية والكاذبة
- مشكلات خدمة العملاء وإستراتيجيات التغلب عليها
- الإحتراف في إدارة نظم الشكاوي الألكترونية والرد على الشكاوي

الوحدة الرابعة، فن التواصل الفعال والتعامل مع العملاء والتأثير فيهم:

- نقاط أساسية في مفهوم الاتصال
- هل مهارة الإتصال لها تأثير إيجابي مع شكاوى العكلاء؟
- فن التحدث عند التعامل مع العميل والإصغاء لشكواه بكل دقة
- تطبيق أفضل الممارسات و القواعد السلوكية للتعامل مع شكاوي العملاء
- قراءة أفكار الآخرين من خلال علم البرمجة اللغوية العصبية
- معرفة ما يجول بخاطر الآخرين من حركة أجسادهم
- الأنماط السلوكية المختلفة من العملاء وكيفية التأثير فيهم؟
- آليات التعامل مع الأنماط الصعبة و طرق التعامل معهم

الوحدة الخامسة، التعامل الإبداعي مع شكاوى العملاء وتحليل الاعتراضات وكيفية الرد عليها:

- على عمليات رعاية خدمة العملاء وإيجابا العمليات الفنية الإدارية ومدى أثرها سلبا
- مهارات التطوير النفسي والخدمي لفريق رعاية العملاء وأثرها على جودة الخدمة
- عمليات الرقابة والمتابعة وأثرها على تحقيق رضاء العملاء
- هل يحتاج العملاء حقا لحل مشاكلهم؟
- أهمية تقديم الرعاية الخدمية للعملاء وأثرها نفسيا على مدى قبول العملاء
- حقيقة العمليات التسويقية وأثرها من حيث الربح والخسارة تتعلق بخدمة عملاء الشركة