



إدارة خدمة العملاء

20 - 16 سبتمبر 2024
أهستردام (هولندا)



إدارة خدمة العملاء

رمز الدورة: 120047_106626 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) التكلفة: 4900 اليورو

لهجة عامة:

تعد خدمة العملاء الجيدة علامة فارقة بين المؤسسات. فالمنتجات المتنافسة غالباً ما تكون متشابهة ويهون تقليدها بسهولة، ولكن خدمة العملاء الجيدة هي نظام شامل يتطلب جهداً وتواضعاً على مستوى المؤسسة يتخلله جميع جوانب ثقافة المؤسسة. وتصبح المؤسسة الموجهة نحو خدمة العملاء منافساً قوياً لا يهون تقليده بسهولة. سنناقش في هذه الدورة كل ما يلزم لبناء مؤسسة تتمركز حول خدمة العميل.

أهداف الدورة

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- وضع أهداف وبرامج لرفع رضى العميل إلى أقصى حد
- الإشراف على تصميم وتنفيذ وتحليل أي استبيان حول رضى العميل
- القيام بتصنيف العملاء ووضع الاستراتيجيات ذات الصلة
- إعداد اتفاقيات مستويات الخدمات المتبادلة لضمان الوضوح والامتثال
- ضبط وجه الخدمة في القسم من خلال مؤشرات أداء رئيسية مختارة بطريقة جيدة
- استخدام شكاوى العملاء كنقطة انطلاق لتحسين الخدمات

الفئات المستهدفة:

المهراء التنفيذيون وصناع القرار والموظفون الذين يرغبون بتحسين أدائهم للحصول على أعلى مستويات رضا العملاء، ومهراء خدمة العملاء والمشرفون المهتمون بالوسائل التي تمكنهم من تقديم خدمة عملاء بطرق حديثة ومتطورة.

الكفاءات المستهدفة:

- خدمة العملاء
- التفكير التصوري
- التوازن في القرارات
- التوجه نحو الجودة
- القدرة على تحفيز العملاء

محتوى البرنامج

تعريف وتقدير العميل:

- تعريف العميل
- تعريف خدمة العملاء
- العميل الداخلي والخارجي

أهمية العميل الداخلي:

- الحاجة إلى تحفيز الموظفين
- الحاجة إلى موظفين مؤهلين
- عقلية التكتل الصوهمية
- التخلص من عقلية الصوهمية

خدمة العميل كضرورة استراتيجية:

- من المشتبه به الى الشريك
- صعود السلم
- نهوذج كانو
- الهيزات الانسانية
- هيزات النداء
- هيزات "الابتهاج" من الخدمة
- المؤسسة الموجهة نحو خدمة العميل
- خدمة العميل كضرورة استراتيجية
- المهارسات السبع للمؤسسة الموجهة نحو خدمة العميل

استطلاعات رضا العميل وأدوات أساسية أخرى:

- فهم عملائك
- هبداء تصنيف العملاء
- وجهوعات التركيز
- استطلاعات رضا العميل
- المصطلحات الرئيسية
- طرق الاستطلاعات الرئيسية
- أمثلة على الاستبيانات
- إرشادات حول استطلاعات رضا العملاء
- أنواع استطلاعات رضا العملاء
- أساسيات أخذ العينات
- الهيزات الخاضعة للقياس
- مؤشر رضا العملاء
- فهم نظام RATER بتعمق
- نهوذج فجوات جودة الخدمة

شكاوى العملاء:

- الحقائق ونتائجها
- النعراض مقابل النسب
- تحليل الأسباب الجذرية
- أسباب الفشل
- استراتيجيات الإحياء
- الهبادة الاستراتيجية
- الأنشطة التكتيكية
- عامل الإبهار WOW

اتفاقيات ومستويات الخدمات المتبادلة:

- تعريف مستويات الخدمة
- خصائص مستويات الخدمة الفعالة
- العناصر الرئيسية لمستويات الخدمة
- خطوات تطوير مستويات الخدمة
- الجودة مقابل التكلفة
- مقاييس مستويات الخدمة

بطاقة الأداء المتوازن ومؤشرات الأداء الرئيسية وخدمة العملاء:

- مراقبة الأداء من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية
- وجهات النظر الأربع لبطاقة الأداء المتوازن
- تأثير منظور العملاء
- خصائص ومؤشرات الأداء الرئيسية الجيدة
- بناء مؤشرات الأداء الرئيسية لخدمة العملاء

نموذج تسجيل :
إدارة خدمة العملاء

رمز الدورة: 120047 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) التكلفة: 4900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

الهسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

العنوان:

الهدينة / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

الهسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي