



إدارة خدمة العملاء

22 - 26 نوفمبر 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



إدارة خدمة العملاء

الرمز : 139949_120047 تاريخ الإنعقاد: 22 - 26 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) التكلفة: 4600 اليورو

المقدمة:

تُعد خدمة العملاء الركيزة الأساسية لنجاح أي مؤسسة في بيئة تنافسية شديدة. المنتجات والخدمات قد تتشابه بسهولة، ولكن إدارة خدمة العملاء الفعالة هي التي تُحدث الفرق وتضمن الاستمرارية. في هذا السياق، تأتي دورة إدارة خدمة العملاء، لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإدارة علاقات العملاء وفق معايير عالمية.

ستتناول هذه الدورة التدريبية في إدارة خدمة العملاء، أحدث استراتيجيات إدارة خدمة العملاء وأفضل الممارسات في تطوير تجربة العميل. كما ستركز على مهارات التواصل في خدمة العملاء وأساليب التعامل مع الشكاوى وتحويلها إلى فرص للتحسين. سيتعرف المشاركون على أدوات قياس رضا العملاء وتحليل البيانات لتحسين الأداء المؤسسي.

كذلك سيتم استعراض كيفية تطبيق مؤشرات الأداء الرئيسية لمتابعة جودة الخدمة بشكل دوري. وأخيراً، ستؤهل هذه الدورة في إدارة خدمة العملاء، المشاركين لاكتساب خبرة عملية في تدريب موظفي خدمة العملاء وتمكينهم من قيادة فرق عالية الكفاءة. هذه الدورة ليست مجرد تدريب، بل خطوة نحو احتراف إدارة خدمة العملاء وصناعة تجربة عميل لا تُنسى.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة إدارة خدمة العملاء، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- المندوبين التنفيذيين الراغبين في تحسين تجربة العملاء.
- مسؤولي خدمة العملاء في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- قادة الفرق والإداريين في أقسام المبيعات والدعم.
- موظفو الصف النهائي الذين يتعاملون مع العملاء يومياً.
- المشرفون على فرق خدمة العملاء.
- موظفو التسويق الذين يسعون لفهم العملاء بعق أكبر.
- مسؤولي الجودة والتحسين المستمر.
- الأفراد الراغبين في تطوير مسار مهني في إدارة خدمة العملاء.
- المشاركون في دورات تدريبية في إدارة خدمة العملاء.
- من يسعى إلى تعزيز مهاراته في التواصل مع العملاء.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج إدارة خدمة العملاء:

- إتقان مهارات التواصل في خدمة العملاء.
- التفكير التحليلي في فهم متطلبات العملاء.
- القدرة على إدارة المواقف الصعبة.
- تطوير مهارات حل المشكلات واتخاذ القرار.
- بناء الثقة مع العملاء وتعزيز ولائهم.
- الاستخدام الفعال لأدوات قياس رضا العملاء.
- صياغة استراتيجيات متقدمة في خدمة العملاء.
- تطبيق معايير إدارة خدمة العملاء الحديثة.
- تعزيز القدرة على تحفيز فرق العمل.
- الاحترافية في صياغة تقارير أداء العملاء.
- تطوير القدرة على الابتكار في تجربة العملاء.
- اكتساب الخبرة في قيادة فرق خدمة العملاء.

اهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في إدارة خدمة العملاء، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على مفهوم خدمة العملاء وأبعاده الاستراتيجية.
- تحليل احتياجات العملاء وتصنيفهم وفق خصائصهم.
- تطبيق أساليب قياس رضا العملاء عبر الاستبيانات والمسوحات.
- تصميم وتنفيذ برامج تهدف إلى تحسين إدارة خدمة العملاء.
- تطوير مهارات إدارة خدمة العملاء بشكل احترافي.
- صياغة أهداف واضحة قابلة للقياس لرفع جودة الخدمة.
- ممارسة طرق مبتكرة للتعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص.
- تدريب المشاركين على استخدام أدوات إدارة خدمة العملاء بكفاءة.
- تعزيز القدرة على تصميم اتفاقيات ومستويات الخدمة الفعالة.
- بناء مؤشرات أداء رئيسية لمتابعة جودة خدمة العملاء.
- تحسين مهارات القيادة للإدارة فرق خدمة العملاء بفاعلية.
- تقييم فجوات الأداء بين توقعات العملاء وجودة الخدمة الفعلية.
- تطوير استراتيجيات لتحفيز فرق العمل وتحقيق التميز.
- توظيف نموذج بطاقة الأداء المتوازن في متابعة النتائج.
- تصميم مبادرات استراتيجية لضمان ولاء العملاء على المدى الطويل.
- إعداد المشاركين لقيادة مشاريع تطوير خدمة العملاء داخل مؤسساتهم.
- تهيئتهم من صياغة سياسات واضحة في إدارة تجربة العملاء في خدمة العملاء.
- اكتساب مهارات متقدمة في التواصل الفعال مع مختلف شرائح العملاء.

دراسة سيناريوهات:

في تدريب إدارة خدمة العملاء، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- عميل غير راضٍ يقدم شكوى متكررة.
- تطوير مبادرة لتحسين تجربة العملاء.
- فريق خدمة عملاء يواجه ضغطاً متزايداً.
- إعداد اتفاقية مستوى خدمة مع شريك خارجي.
- تحليل بيانات استبيان رضا العملاء.
- مدير يسعى لرفع مؤشرات الأداء الرئيسية.
- ابتكار حلول لإبهار العملاء.
- التعامل مع عميل رئيسي استراتيجي.
- بناء خطة تدريبية لموظفي الصف الأمامي.
- إعداد استراتيجية طويلة المدى لولاء العملاء.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: أساسيات خدمة العملاء:

- تعريف العميل وأهميته للمؤسسة.
- الفرق بين العميل الداخلي والخارجي.
- مفهوم إدارة خدمة العملاء.
- العلاقة بين الجودة وتجربة العملاء.
- معايير بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل.
- أهمية مهارات التواصل في خدمة العملاء.
- دور الموظف في تقديم الخدمة المتميزة.
- التحديات المعاصرة في خدمة العملاء.
- التوجهات العالمية في تطوير خدمة العملاء.

الوحدة الثانية: استراتيجيات إدارة خدمة العملاء:

- من العميل المشتبه به إلى الشريك.
- تطبيق نموذج كانو لفهم متطلبات العملاء.
- تحليل ميزات الخدمة: أساسية وأداء وابتهاج.
- المهارات السبع للمؤسسة الموجهة نحو العميل.
- استراتيجيات إدارة خدمة العملاء في المؤسسات الحديثة.
- تطوير مبادرات استراتيجية لتعزيز تجربة العملاء.
- خطوات تصميم اتفاقيات مستويات الخدمات.
- العلاقة بين الجودة والتكلفة في خدمة العملاء.
- أساليب التحفيز والتعزيز في تقديم الخدمة.

الوحدة الثالثة: أدوات وأساليب إدارة خدمة العملاء:

- مبادئ تصنيف العملاء وفهم احتياجاتهم.
- طرق جمع البيانات: مجموعات التركيز والاستطلاعات.
- إعداد وتصميم استبيانات رضا العملاء.
- مؤشرات الأداء الرئيسية في خدمة العملاء.
- بطاقة الأداء المتوازن وتأثيرها على النتائج.
- استخدام نموذج RATER لفهم الجودة.
- تحليل فجوات جودة الخدمة.
- استراتيجيات التعامل مع شكاوى العملاء.
- تطبيق أدوات إدارة خدمة العملاء الرقمية.
- بناء نظام متكامل لمتابعة رضا العملاء.

الوحدة الرابعة: قيادة فرق خدمة العملاء:

- دور القيادة في إدارة فرق العملاء.
- مهارات التحفيز والتفويض بفعالية.
- قيادة فرق خدمة العملاء نحو الأداء العالي.
- تطوير بيئة عمل إيجابية.
- مهارات إدارة الوقت وضغط العمل.
- استراتيجيات حل النزاعات داخل فرق الخدمة.
- التدريب المستمر لموظفي خدمة العملاء.
- تطبيق برامج تدريب مهارات خدمة العملاء.
- إعداد قادة الصف الثاني في فرق الخدمة.
- تعزيز الولاء المؤسسي من خلال القيادة.

الوحدة الخامسة: تطوير تجربة العملاء:

- تعريف تجربة العملاء وأبعادها.
- دور الابتكار في إدارة تجربة العملاء في خدمة العملاء.
- تصميم رحلات العملاء وتحسين نقاط التماس.
- استخدام التكنولوجيا في تحسين الخدمة.
- قياس وتقييم تجربة العملاء باستمرار.
- صياغة مبادرات WOW للإبهار العملاء.
- دمج التغذية الراجعة في تطوير الخدمة.
- إعداد خطط استراتيجية لولاء العملاء.
- معايير التميز في احتراف إدارة خدمة العملاء.
- بناء ثقافة مؤسسية تنحصر حول العميل.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تؤكد هذه الدورة أن التميز في إدارة خدمة العملاء هو حجر الأساس للنجاح المؤسسي. اكتساب المشاركين للمهارات والاستراتيجيات الحديثة سيمنحهم القدرة على تحسين الأداء بشكل ملموس. التركيز على أدوات القياس والتقييم سيمنح المؤسسات من تطوير تجربة عملاء استثنائية. التدريب العملي على السيناريوهات سيجعل الموظفين أكثر جاهزية لمواجهة التحديات الواقعية. وختاماً، فإن تطبيق معايير الجودة العالمية سيؤدي إلى بناء علاقة مستدامة بين المؤسسة والعملاء.

نموذج تسجيل :

إدارة خدمة العملاء

الرمز : 120047 تاريخ الإنعقاد: 22 - 26 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) التكلفة: 4600 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

.....

المسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

العنوان:

المدينة / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

.....

المسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي ☐

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي ☐