



إستراتيجيات الإبداع في خدمة العملاء

2024 أغسطس 15 - 11
المنامة (البحرين)



إستراتيجيات الإبداع في خدمة العملاء

رمز الدورة: 120027_98226 تاريخ الإنعقاد: 11 - 15 أغسطس 2024 دولة الإنعقاد: المنامة (البحرين) التكلفة: 3900 اليورو

مقدمة عن الدورة التدريبية:

أولئك المستهلكين أو المستفيدين أو المتعاملين هم Clients أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديمه سلعته أو خدمة Good أو برنامج Service ومشروع ProjectProgram لهم.

أطلق عليهم أي اسم عملاء - مستهلكون - متعاملون... أنهم أولئك الأشخاص الذين يستخدمون منتجاتك وخدمتك التي تقدمها لهم.... أنهم الذين يبررون راتبك ويسهمون في تحقيق أرباح شركتك - فكيف يمكن أن تتهيز في خدمتهم؟

الهدف العام من الدورة التدريبية:

- التعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد في الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي في موقع رئاسة هذا الهرم
- إدراك أن العميل برغباته واحتياجاته واشبعاته - هو الهدير الحقيقي للشركة وجميع المستويات الإدارية المختلفة في الشركة تعمل تحت رئاسته لتلبية احتياجاته واشبع 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.
- تزويد المشاركين بالمهارات السلوكية اللازمة للتعامل الفعال مع العملاء
- التعرف على مفهوم وخصائص وأنواع الخدمات - وتزويد المشاركين ببعض نظم بيع الخدمات.
- التدريب على اساليب ومهارات إدارة الخدمة المتميزة
- تدريب المشاركين على أسلوب لحظات الصدق في التعامل مع العملاء
- تقديم مجموعة من النصائح الختامية تمثل دليل عمل في التعامل الفعال مع العملاء.

المحتوى العلمي للدورة التدريبية:

الوحدة الأولى:

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

الوحدة الثانية:

أنهات العملاء وسلوكياتهم:

- أهمية العميل Importance of customer
- مآثر أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم
- تآربن لماذا تختلف مع العملاء
- أنت السبب
- مآثر الإدراك المتبادل
- كيف ترى نفسك كوقدم آءمة
- تآربن كيف تستجيب لطالبي الآءمة
- كيف يتعامل مع عميل آاضب؟ How to deal with upset customer

الوحدة الثالثة:

أهمية وأساليب التعامل مع العملاء:

- ماهية التآيز في آءمة العملاء Customer service excellence
- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء
- ماذا يريد العملاء؟ What do customer wants?
- ماذا يحفز العميل للتعامل مع شركة معينة؟ What motivate customers to deal with specific company?
- تآربن حب لعميلك ما تحب لنفسك
- تآربن أنا لن أعود إليك
- آءستورنا في التعامل مع العملاء
- رؤية وآصورات وقيم شركة فورآ
- كيف آءعم علاقاتنا مع العملاء
- استآعاء مناآ التآيز
- استآعاء مفاآيح شخصيتك

الوحدة الرابعة:

المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء:

- مفهوم الاتآصال الفعال Communication skills
- استآعاء فن الانآصات The art of listening to the customer
- آلاصة الآلاصة في الاتآصال بالعملاء
- استآعاء الاتآصالات الشخصية الفعالة

الوحدة الخامسة:

العوامل التي تحقق التآيز في آءمة العملاء:

Factors that differentiate excellence for customer service

- مفهوم الآءمة
- مآرب الآءمة
- مفهوم التآيز في الآءمة
- اسرار التآيز في الآءمة Secret of good customer service
- قواعد آءمة آءمة آءمة Rules for good customer service
- فهم آوءعات العملاء Customer expectations
- ستة آوءعات شائعة Six common Customer expectations

الوحدة السادسة:

:Dealing with Customers complaints التعامل مع شكاوى العملاء

- استوعج 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 the five step process

الوحدة السابعة:

بناء وإدارة جودة الخدمة Building and managing service quality

- جودة الخدمة service quality
- النبعاد الخمس لجودة الخدمة the five dimensions of service quality
- نماذج جودة الخدمة quality and continuous improvement
- ستة خطوات لتحليل الجودة وتحسينها six steps for quality analysis and improvement

الوحدة الثامنة:

القياس المقارن لتحسين الجودة Benchmarking for quality improvement

- ما المقصود بالقياس المقارن M.B.
- القياس المقارن الداخلي Internal B.M.
- القياس المقارن التنافسي Competitive B.M.
- القياس المقارن الوظيفي Functional B.M.
- القياس المقارن الشامل Generic B.M.
- مراحل القياس المقارن B.M. Phases
- سبعة أدوات لتحسين الجودة the seven tools of quality improvement

الوحدة التاسعة:

قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:

Factors that differentiate excellence for customer service

- الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات Quality popular methods for measuring service
- مقاييس عدد الشكاوى Complains measuring
- مقاييس الرضا Satisfaction measuring
- مقاييس الفجوة Servqual measuring
- مقياس النداء الفعلي Servper measuring
- مقاييس العميل الموجه بالقيمة User - value service - Quality measuring
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء

الوحدة العاشرة:

خطة عمل للتميز في خدمة

- مبادئ الجودة في خدمة العملاء Principles of Quality customer service
- المبادئ الاثني عشر لخدمة العملاء the 12 Principles of Quality customer service
- مختبر عملي لوضع مبادئ خدمة العملاء في الواقع العملي
- فيلر تدريبي

نموذج تسجيل :
استراتيجيات الإبداع في خدمة العملاء

رمز الدورة: 120027 تاريخ الإنعقاد: 11 - 15 أغسطس 2024 دولة الإنعقاد: المنامة (البحرين) التكلفة: 3900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

العنوان:

البلد / 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