

المقدمة:

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تنمية المهارات وتعزيز المعرفة الضرورية لدى فرق خدمة العملاء بمختلف مستوياتهم، سواء كانوا من المدراء التنفيذيين، أو موظفي العلاقات مع العملاء، أو أولئك المعنيين بتطوير تجربة العميل وتحسينها. يستعرض البرنامج بعمق مجموعة من الأساليب والاستراتيجيات المعتمدة في بناء الثقة مع أصحاب المصالح، وتسويق الشراكات، وتحسين السياسات والإجراءات، بما يساهم في رفع كفاءة الأداء وتحقيق التفاعل الإيجابي المستدام مع جميع المعنيين.

يُركّز البرنامج على تزويد المشاركين بالمهارات العملية والتقنيات الحديثة التي تُعزز قدرتهم على التميز في تقديم خدمة العملاء، وتحقيق قيمة مضافة لكل من المؤسسة والعملاء على حد سواء.

الفئات المستهدفة:

- مدراء خدمة العملاء.
- مسؤولو علاقات العملاء.
- موظفو أقسام خدمة العملاء.
- مدراء السياسات والإجراءات داخل المؤسسات.

الأهداف التدريبية:

بنهاية هذا البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

- استيعاب المبادئ الأساسية لإدارة علاقات العملاء وتحليل توقعاتهم واحتياجاتهم بشكل منهجي وفعال.
- تطبيق تقنيات متقدمة في بناء الثقة مع العملاء وتعزيز العلاقات، والتعامل مع المواقف الصعبة بمهنية عالية.
- تحديد الفرص المثالية لتسويق الشراكات الاستراتيجية، ووضع خطط تطويرية لتحسين تجربة العميل.
- تحسين السياسات والإجراءات المؤسسية بما يتوافق مع متطلبات العملاء وتطلعات المؤسسة.
- الاستفادة من الحلول التقنية لتطوير خدمات العملاء وزيادة الكفاءة التشغيلية وجودة الأداء.
- بناء وتعزيز علاقات الثقة مع أصحاب المصالح عبر تواصل مباشر، فعال وصادق.
- استخدام مهارات التفاوض وحل النزاعات بما يحقق مصالح الطرفين ويحافظ على العلاقة المهنية.

- الاطلاع على أحدث التوجهات العالمية في تقديم خدمات متميزة للعملاء رفيعي المستوى، وتطبيق أدوات التحسين المستمر في الأداء.

الكفاءات المستهدفة:

- مهارات إدارة أصحاب المصالح بكفاءة واحترافية.
- استراتيجيات تسويق الشراكات وتفعيل التعاون المؤسسي.
- فهم عميق لسياسات وإجراءات خدمة العملاء وتطويرها.
- القدرة على بناء الثقة والمحافظة عليها في بيئات العمل التعاونية.
- تطبيق منهجيات الاتصال الفعال في دعم علاقات أصحاب المصلحة.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: فن إدارة أصحاب المصالح

- التعريف بأساسيات إدارة العلاقات مع العملاء وفهم أبعادها.
- أهمية تحليل احتياجات العملاء وتوقعاتهم لتحقيق رضاهم.
- أساليب فعالة لبناء وتعزيز الثقة المتبادلة مع العملاء.
- مهارات التعامل مع التحديات التي تواجه العلاقات وتقديم الحلول المناسبة.

الوحدة الثانية: تسويق الشراكة

- مبادئ تسويق الشراكات المؤسسية وتحديد الفرص ذات القيمة العالية.
- كيفية بناء استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العميل وتعزيز الولاء.
- تطوير أساليب التواصل مع الشركاء وتحقيق التفاعل المثمر.
- أدوات قياس نجاح الشراكات وإجراء التعديلات اللازمة لضمان الاستمرارية.

الوحدة الثالثة: إدارة السياسات والإجراءات

- أهمية وجود سياسات وإجراءات منظمة وفعالة في خدمة العملاء، خصوصًا كبارهم.

- خطوات تطوير السياسات بما يتوافق مع أهداف المؤسسة واحتياجات العملاء.
- مراجعة العمليات الحالية وتحديد نقاط التحسين لضمان الكفاءة القصوى.

الوحدة الرابعة: تطوير السياسات والإجراءات

- التعرف على الاتجاهات الحديثة في تقديم خدمات العملاء من الفئة المتميزة.
- توظيف التقنيات الحديثة لتحسين العمليات وتسهيل التفاعل مع العملاء.
- تعزيز جودة الخدمة والكفاءة التشغيلية عبر تحديث وتطوير الإجراءات.

الوحدة الخامسة: بناء الثقة مع أصحاب المصالح

- تعزيز الثقة مع أصحاب المصلحة من خلال تواصل فعال وصريح.
- أهمية التواصل غير اللفظي في دعم العلاقات وتعزيز المصداقية.
- تطبيق تقنيات التفاوض المتقدمة وآليات حل النزاعات بأسلوب بناء.