

مقدمة عن الدورة التدريبية

العملاء، المستهلكون، المتعاملون... مهما كان المسمى، هم جوهر وجود المؤسسات. فهم يستحقون خدمات متميزة تلبي احتياجاتهم وتفوق توقعاتهم. تهدف هذه الدورة إلى تمكين المشاركين من تطوير قدراتهم الإبداعية في التعامل مع العملاء وتحقيق التميز المؤسسي من خلال رضا العملاء.

الهدف العام من الدورة

- إدراك أن العميل هو مركز القيادة في الهرم التنظيمي الحديث.
- فهم أن تلبية رغبات العميل تمثل مهمة كل إدارات الشركة.
- التعرف على سلوكيات وأنماط العملاء ومفاتيح التعامل معهم.
- تعزيز مهارات العناية بالعملاء وبناء علاقات طويلة الأمد معهم.
- اكتساب مهارات التواصل الفعال وحل الشكاوى.
- التمرس في تقديم خدمات متميزة وتحقيق توقعات العملاء.
- تطبيق أدوات قياس الجودة والتحسين المستمر.
- وضع خطة عمل تنفيذية للتميز في خدمة العملاء.

المحتوى العلمي للدورة

الوحدة الأولى: من الذي يدير مؤسسات الأعمال؟

- الهرم التنظيمي في الفكر الإداري المعاصر.
- مفهوم العميل وتطور الاهتمام به.
- كيف يتحكم العميل في قرارات الشركة.
- التعلم من تجارب الشركات الناجحة.

الوحدة الثانية: أنماط العملاء وسلوكياتهم

- تصنيفات العملاء وأهمية فهمهم.
- مختبرات وتمارين في إدراك العملاء والتعامل مع عميل غاضب.
- تقييم الأداء الذاتي كمقدم خدمة.

الوحدة الثالثة: أهمية وأساليب التعامل مع العملاء

- مفهوم التميز في خدمة العملاء.
- دوافع العملاء واحتياجاتهم الحقيقية.
- تمارين تحفيزية لبنى رؤية العميل.
- نماذج وتجارب ملهمة (مثل شركة فورد).

الوحدة الرابعة: المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء

- مهارات الاتصال الفعال.
- فن الإنصات والتفاعل مع احتياجات العميل.
- تقييم مهارات الاتصال الشخصي.

الوحدة الخامسة: العوامل التي تحقق التميز

- مفهوم ومربع التميز في الخدمة.
- أسرار وقواعد تقديم خدمة متميزة.
- توقعات العملاء الشائعة وكيفية إدارتها.

الوحدة السادسة: التعامل مع شكاوى العملاء

- فن الاستماع إلى الشكوى.
- خطوات تحويل الشكوى إلى فرصة.
- التعامل مع الاعتراضات وتهيئة عقلية موجهة نحو العميل.

الوحدة السابعة: بناء وإدارة جودة الخدمة

- أبعاد جودة الخدمة الخمس (مثل الاعتمادية، الاستجابة...).
- خطوات تحليل وتحسين الجودة.
- تطبيق نماذج التحسين المستمر.

الوحدة الثامنة: القياس المقارن لتحسين الجودة

- مفاهيم وأشكال القياس المقارن (داخلي، تنافسي...).
- مراحل تطبيق القياس المقارن.
- الأدوات السبعة لتحسين الجودة.

الوحدة التاسعة: قياس جودة الخدمات من منظور العملاء

- طرق قياس جودة الخدمة (الرضا، الشكاوى، الفجوات، الأداء...).
- أدوات تقييم القيمة الموجهة من منظور العميل.
- طرق فعالة للحصول على تغذية راجعة.

الوحدة العاشرة: خطة عمل للتميز في خدمة العملاء

- المبادئ الـ 12 لجودة خدمة العملاء.
- مختبر عملي لصياغة مبادئ ميدانية.
- مشاهدة فيلم تدريبي.
- إعداد خطة تنفيذية للتميز في خدمة العملاء.

الفئة المستهدفة

- موظفو خدمة العملاء والدعم الفني.
- مسؤولو العلاقات العامة.
- مدراء التسويق والمبيعات.
- أي موظف على تماس مباشر مع العملاء.

الأسلوب التدريبي

- محاضرات تفاعلية.
- ورش عمل تطبيقية.
- تمارين ومحاكاة.
- دراسات حالة واقعية.
- أفلام تدريبية.