

مقدمة عن الدورة التدريبية:

يشكل العملاء، سواء أطلقنا عليهم عملاء، مستهلكين، مستفيدين، أو متعاملين، العامل الأساسي الذي من أجله تُنشأ المنظمات. فهم الأفراد الذين تلبي لهم المنظمة احتياجاتهم أو تحل لهم المشكلات عبر تقديم سلعة أو خدمة، أو تنفيذ برنامج أو مشروع. هؤلاء العملاء هم الأفراد الذين يستخدمون المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة، وهم السبب الرئيسي وراء استمرارية عمل المؤسسة، إذ يساهمون في تحقيق الأرباح وتبرير رواتب الموظفين. لذلك، يبقى السؤال المحوري: كيف يمكن للمنظمة أو الموظف أن يتميز في تقديم الخدمة لهؤلاء العملاء؟

الهدف العام من الدورة التدريبية:

- التعرف على الهيكل التنظيمي الحديث في الفكر الإداري المعاصر، مع التأكيد على أن العميل يحتل قمة هذا الهرم التنظيمي.
- إدراك أن العميل، برغباته واحتياجاته، يشكل المدير الحقيقي للمؤسسة، وأن كافة المستويات الإدارية في الشركة تعمل تحت إدارته لتلبية احتياجاته وتحقيق رضاه.
- التعرف على الأنماط المختلفة للعملاء أو المتعاملين، وفهم سلوكياتهم، وتحديد المفاتيح الأساسية لكسب رضاهم والتعامل معهم بفعالية.
- فهم أهمية العناية بالعملاء وأثر تعزيز العلاقات معهم على نجاح المؤسسة، بالإضافة إلى تزويد المشاركين بأساليب فعالة للعناية بالعملاء.
- تطوير المهارات السلوكية اللازمة للتعامل الفعال مع العملاء في مختلف المواقف.
- التعرف على مفهوم الخدمة وخصائصها وأنواعها، مع تقديم نظم وأساليب بيع الخدمات بشكل عملي.
- التدريب على مهارات إدارة الخدمة المتميزة لتحقيق مستويات عالية من رضا العملاء.
- تدريب المشاركين على التعامل مع "لحظات الصدق" التي تحدث في التفاعل المباشر مع العملاء.
- تقديم مجموعة من النصائح والإرشادات الختامية التي تمثل دليل عمل عملي للتعامل الفعال مع العملاء.

المحتوى العلمي للدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: من يدير مؤسسات الأعمال؟

- التعريف بالهرم التنظيمي في الفكر الإداري المعاصر.
- مفهوم العملاء وأهمية وجودهم في المؤسسات.
- تطور الاهتمام بالعملاء على مر الزمن.
- كيف يصبح العميل هو المدير الفعلي للشركة.
- الآليات التي تحقق الترابط الوثيق بين العميل والمؤسسة.
- التعلم من تجارب الشركات الناجحة في إدارة علاقاتها مع العملاء.

الوحدة الثانية: أنماط العملاء وسلوكياتهم

- فهم أهمية العميل وتأثيره في نجاح الأعمال.

- مختبر لتقييم أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم بفعالية.
- تمرين عملي لفهم أسباب الخلافات مع العملاء وكيفية تجاوزها.
- تحليل دور الموظف في تقديم الخدمة.
- تمرين في كيفية الاستجابة لمطالب العملاء.
- استراتيجيات التعامل مع العملاء الفاضلين والمستائين.

الوحدة الثالثة: أهمية وأساليب التعامل مع العملاء

- مفهوم التميز في خدمة العملاء وأسباب الحاجة إليه.
- التعرف على رغبات العملاء ودوافعهم للتعامل مع شركات معينة.
- تمرينات عملية لتعزيز الحب والاحترام بين مقدم الخدمة والعميل.
- وضع قواعد واضحة للتعامل مع العملاء.
- دراسة رؤية وقيم شركة فورد في بناء علاقات متينة مع العملاء.
- استقصاء المناخ التنظيمي للتميز.
- تقييم مفاتيح الشخصية المؤثرة في التفاعل مع العملاء.

الوحدة الرابعة: المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء

- فهم مهارات الاتصال الفعال وأهميتها.
- استقصاء مهارة الإنصات والفن في الاستماع إلى العملاء.
- تلخيص أفضل الممارسات في التواصل مع العملاء.
- استقصاء أنواع الاتصال الشخصي الفعال.

الوحدة الخامسة: العوامل التي تحقق التميز في خدمة العملاء

- التعريف بمفهوم الخدمة وجودتها.
- استعراض "مربع الخدمة" وأبعاده المختلفة.
- استكشاف أسرار التميز في تقديم الخدمة.
- القواعد الأساسية لتقديم خدمة جيدة.
- فهم توقعات العملاء وأنواعها المختلفة.
- التعرف على ستة توقعات شائعة لدى العملاء.

الوحدة السادسة: التعامل مع شكاوى العملاء

- مهارات الاستماع الفعال لشكاوى العملاء.
- خطوات عملية لحل المشكلات التي يواجهها العملاء.
- كيفية تحويل الشكاوى إلى فرصة لتعزيز العلاقة مع العميل.
- التعرف على كيفية التعامل مع المواقف الصعبة بتركيز على العميل.

- استعراض خمس مراحل للرد على اعتراضات العملاء وتطبيقها عمليًا.

الوحدة السابعة: بناء وإدارة جودة الخدمة

- مفهوم جودة الخدمة وأبعادها الخمسة.
- دراسة نماذج جودة الخدمة وأدوات التحسين المستمر.
- تطبيق ست خطوات عملية لتحليل جودة الخدمة والعمل على تحسينها.

الوحدة الثامنة: القياس المقارن لتحسين الجودة

- التعريف بمفهوم القياس المقارن وأهميته.
- أنواع القياس المقارن: الداخلي، التنافسي، الوظيفي، والشامل.
- مراحل تطبيق القياس المقارن في المؤسسات.
- التعرف على سبعة أدوات رئيسية لتحسين جودة الخدمة.

الوحدة التاسعة: قياس جودة الخدمات من منظور العملاء

- الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء.
- مقاييس عدد الشكاوى ومؤشرات رضا العملاء.
- استخدام أدوات قياس الفجوة وجودة الأداء الفعلي.
- مقاييس الجودة التي تركز على القيمة الموجهة للعميل.
- أساليب إضافية للحصول على تغذية راجعة فعالة من العملاء.

الوحدة العاشرة: خطة عمل للتميز في خدمة العملاء

- المبادئ الأساسية للجودة في خدمة العملاء.
- استعراض المبادئ الاثني عشر التي تحكم جودة الخدمة.
- تطبيق عملي لهذه المبادئ من خلال مختبر علمي.
- عرض فيلم تدريبي يدعم تطبيق المفاهيم المكتسبة.