



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

التميز في خدمة العملاء

Course Introduction

، تحرض الهيئات والمؤسسات اليوم على توفير خدمات متميزة تحقق رضا العملاء وتجاوز توقعاتهم ، ولذلك تم تصميم هذا البرنامج التدريبي لتمكين المشاركين من تصميم استراتيجية متكاملة خطط التعامل مع المتعاملين، وتوضيح آليات تطبيقها بطريقة عملية، مع تزويد المشاركين بمفاتيح الابتكار في الارتقاء بخدمة العملاء، وبناء قاعدة معلومات شاملة ترصد توجهاتهم ورؤاهم المستقبلية.

Target Audience

- الموظفين في أقسام خدمة العملاء.
- المهتمين بتطوير مهارات التواصل والتفاعل مع الآخرين.

Learning Objectives

- التعرف على مفهوم وأهمية إدارة خدمة العملاء في تعزيز الأهداف البيعية والتسويقية للمؤسسة.
- التعرف على الأنواع المختلفة من العملاء واستراتيجيات التعامل مع كل منهم.
- فهم مبادئ تقديم خدمة متميزة للعملاء.
- إتقان التعامل مع استراتيجيات التخطيط الفعال لإدارة علاقات العملاء.
- إتقان تحليل سمات العملاء وتوقعاتهم.
- تحليل العوامل المؤدية إلى ضبط جودة خدمة العملاء المقدمة.
- استخدام منهجيات تقييم وتعزيز مستوى الخدمة المقدمة.
- استخدام التكنولوجيا في تعزيز أداء خدمة العملاء بالمؤسسة.
- تنمية المهارات للتعامل مع اعتراضات العملاء والشكاوى وكيفية التجاوب معهم لعلاجها.
- تطوير ثقافة مؤسسية قائمة على التركيز على العميل.
- تطوير استراتيجيات متكاملة تساهم في الوصول لرضا وولاء العميل.

Course Outline

• DAY 01

مقدمة عن خدمة العملاء

- من هو العميل وما هي توقعاته؟
- أهمية خدمة العميل بكفاءة وجودة عالية.
- رحلة العميل وتوقعاته في كل مرحلة.
- الحاجات الأساسية للعملاء.
- طبيعة العلاقة المتبادلة بين العميل والمؤسسة.

العميل: مركز خدمة العملاء

- لماذا يتم فقدان العملاء؟
- المعوقات التي تواجه تقديم خدمة عملاء فعالة.
- "مفهوم" تصميم الخدمات.
- مجالات تحسين الخدمات.
- دراسة حالات.

إدارة علاقات العملاء

- مفهوم ووظائف إدارة علاقات العملاء.
- أهمية إدارة علاقات العملاء في تعزيز الأهداف للمؤسسة.
- استراتيجيات التخطيط الفعال لإدارة علاقات العملاء.
- الفارق بين التركيز التقليدي والشمولي في إدارة علاقات العملاء.
- خطوات تطوير جودة خدمة العميل.
- خصائص المؤسسات المتميزة في خدمة العملاء.
- دراسة حالات.

• Day 02

خصائص الخدمة المتميزة

- الإصغاء والفهم والاستجابة للعملاء.
- وضع معايير الخدمة وقياس الأداء.

- اختيار وتدريب وتمكين الموظفين.
- عناصر تقييم جودة الأداء.
- شبكة جودة الخدمة.

تقييم وتطوير خدمة عملاء متميزة

- تطوير التجربة الرقمية للعميل (الموقع الإلكتروني والتسوق الرقمي).
- تحليل الخدمة المقدمة ومقدار احتياج العميل لها.
- تحديد نقاط قوة وضعف الخدمة المقدمة.
- تطوير ميزة تنافسية تتناسب مع سمات العميل المثالي للمؤسسة.
- نموذج القيمة المرغوبة للعميل.
- دراسة حالات.

• Day 03

تحليل العملاء وإتقان التعامل معهم

- "ماهي الانواع المختلفة للعملاء؟" دراسة حالات
- العميل الحازم – موجه إلى النتائج
- العميل المحلل – موجه إلى التفاصيل
- العميل الودود – موجه إلى الأشخاص
- استراتيجيات التخطيط لرحلة العميل
- أبرز الممارسات في إدارة توقعات العملاء بشكل مثالي

العميل: المهارات اللازمة لممثل خدمة العملاء الناجح

- مهارات الذكاء العاطفي المطلوبة للتعامل المثالي مع العملاء.
- مهارات التواصل الفعال.
- مهارات التواصل غير اللفظي
- مهارات التواصل الكلامية .
- تقديم مظهر احترافي لائق
- دراسة حالات.
- تطبيق عمل

• Day 04

جودة الخدمة وإجراءات التعامل مع شكاوى العملاء

- العناصر الأساسية لنظام إدارة الشكاوى.

- تطوير سياسة معالجة الشكاوى.
- تخطيط وتصميم نظام إدارة الشكاوى.
- الاستلام والتسجيل والمتابعة.
- التقييم والتحقق.
- تحليل الشكوى: تحليل السبب الجذري.
- ترتيب المشكلات حسب الأولوية.
- إيجاد حلول ناجحة وفعالة.
- قياس أداء نظام إدارة الشكاوى وتطويره.

• Day 05

العميل: قياس رضا العميل

- استراتيجيات قياس رضا العملاء عن الخدمة المقدمة.
- نموذج رضا العميل.
- معوقات الحصول على رضا العميل.
- تطوير مؤشرات أداء لقياس خدمة العملاء في المؤسسة.
- استراتيجيات تعزيز أداء فريق خدمة العملاء.
- ورشة عمل تطبيقية.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
April 7, 2025	April 11, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai
July 6, 2025	July 10, 2025	5 days	4250.00 \$	KSA - Riyadh
Oct. 6, 2025	Oct. 10, 2025	5 days	4950.00 \$	England - London