

€ TRAINING

دورة: استراتيجيات منع الصراعات وتسوية المنازعات والتميز في
التعامل مع الشخصيات الصعبة والعدائية

17 - 28 ديسمبر 2017
مسقط (سلطنة عمان)



دورة: استراتيجيات منع الصراعات وتسوية المنازعات والتهيز في التعامل مع الشخصيات الصعبة والعدائية

رمز الدورة: M145 تاريخ الإنعقاد: 17 - 28 ديسمبر 2017 دولة الإنعقاد: إسقط (سلطنة عمان) - التكلفة: 3750 يورو

مقدمة عن الدورة التدريبية

العملاء أو المستهلكين أو المستفيدين أو Clients المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديم سلع أو خدمة Good أو برنامج Service مشروع Program 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 تتميز 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 برغبته واحتياجاته وإشباعه - هو المدير الحقيقي للشركة وجميع المستويات الإدارية المختلفة في الشركة تعمل تحت رئاسته لتلبية احتياجاته وإشباع 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 أساليب 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 الأعمال؟

- 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: أنماط العملاء وسلوكياتهم

- أهمية العميل Importance of customer
- مختبر أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم
- تمرين لماذا تختلف مع العملاء
- أنت السبب
- مختبر الإدراك المتبادل
- كيف ترى نفسك كمقدم خدمة
- تمرين كيف تستجيب لطالبي الخدمة
- كيف يتعامل مع عميل غاضب؟ How to deal with upset customer?

الوحدة الثالثة: أهمية وأساليب التعامل مع العملاء

- ماهية التميز في خدمة 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?
- تمرين حب لعميلك ما تحب لنفسك
- تمرين أنا لن أعود إليك
- دستورنا في التعامل مع العملاء
- رؤية وتصورات وقيم شركة فورد
- كيف تدعم علاقاتنا مع العملاء
- استقصاء مناخ التميز
- استقصاء مفاتيح شخصيتك

الوحدة الرابعة: المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء

- مفهوم الاتصال الفعال Communication skills
- استقصاء فن الانصات The art of listening to the customer
- خلاصة الخلاصة في الاتصال بالعملاء
- استقصاء الاتصالات الشخصية الفعالة

الوحدة الخامسة: العوامل التي تحقق التميز في خدمة العملاء

Factors that differentiate excellence for customer service

- مفهوم الخدمة
- مربع الخدمة
- مفهوم التميز في الخدمة
- اسرار التميز في الخدمة Secret of good customer service
- قواعد تقديم خدمة جيدة Rules for good customer service
- فهم توقعات العملاء Customer expectations
- ستة توقعات شائعة Six common Customer expectations

الوحدة السادسة: التعامل مع شكاوى العملاء Dealing with Customers complaints

- استمع للعملاء
- اتخذ خطوات لحل المشكلة
- كيف تحول الشكوى لفرصة
- 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

الوحدة السابعة: بناء وإدارة جودة الخدمة Building and managing service quality

- جودة الخدمة service quality
- الأبعاد الخمس لجودة الخدمة
- نماذج جودة الخدمة
- ستة خطوات لتحليل الجودة وتحسينها
- the five dimensions of service quality
- quality and continuous improvement
- 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
- مقاييس عدد الشكاوى
- مقاييس الرضا
- مقاييس الفجوة
- مقاييس الأداء الفعلي
- مقاييس العميل الموجه بالقيمة
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء
- Quality popular methods for measuring service
- Complains measuring
- Satisfaction measuring
- Servqual measuring
- Servper measuring
- User - value service - Quality measuring
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء

customer action plan

الوحدة العاشرة: خطة عمل للتميز في خدمة العملاء service

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