

€ TRAINING

دورة: الاداء الابداعي في استراتيجيات التعامل وخدمة العملاء

5 - 16 أغسطس 2018
شرم الشيخ (مصر)
Maritim Jolie Ville



دورة: الاداء الابداعي فى استراتيجية التعامل وخدمة العملاء

رمز الدورة: M103 تاريخ الإنعقاد: 5 - 16 أغسطس 2018 دولة الإنعقاد: شرم الشيخ (مصر) - Ville Jolie Maritim التكلفة: 3750 يورو

مقدمة عن الدورة التدريبية

العملاء Clients أو المستهلكين أو المستفيدين أو المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديمه سلعة Good أو خدمة Service أو برنامج Program أو مشروع Project 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 الاعمال؟

- 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 customer of Importance
- 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 customer upset with deal to

الوحدة الثالثة:

أهمية وأساليب التعامل مع العملاء

- ماهية التميز في خدمة العملاء excellence service Customer
- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء
- ماذا يريد العملاء؟ What wants customer do
- ماذا يحفز العميل للتعامل مع شركة معينة؟ What motivate customers to deal to company specific?
- تمرين حب لعميلك ما تحب لنفسك
- تمرين أنا لن أعود إليك
- دستورنا في التعامل مع العملاء
- رؤية وتصورات وقيم شركة فوردي
- 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
- مرعب الخدمة
- مفهوم التميز في الخدمة
- اسرار التميز في الخدمة Secret of customer service
- قواعد تقديم خدمة جيدة Rules for customer service
- فهم توقعات العملاء Customer expectations
- ستة توقعات شائعة Six common Customer expectations

الوحدة السادسة:

التعامل مع شكاوى العملاء complaints Customers with Dealing

- استمع للعملاء
- اتخذ خطوات لحل المشكلة
- كيف تحول الشكوى لفرصة opportunity customer turn
- التعرف في المواقف الصعبة مع العملاء Handling a challenging situation - customer focused - mindset
- خمسة مراحل للرد على اعتراضات العملاء
- كيف تطبيق المراحل الخمسة في الموقع العملي Applying the five step process

الوحدة السابعة:

بناء وإدارة جودة الخدمة quality service managing and Building

- جودة الخدمة quality service
- الأبعاد الخمس لجودة الخدمة five dimensions of service quality
- نماذج جودة الخدمة continuous and quality improvement
- ستة خطوات لتحليل الجودة وتحسينها six steps for quality analysis and improvement

الوحدة الثامنة:

القياس المقارن لتحسين الجودة Benchmarking quality for improvement

- ما المقصود بالقياس المقارن M.B.
- القياس المقارن الداخلي M.B Internal
- القياس المقارن التنافسي M.B Competitive
- القياس المقارن الوظيفي M.B Functional
- القياس المقارن الشامل M.B Generic
- مراحل القياس المقارن M.B Phases
- سبعة أدوات لتحسين الجودة seven quality improvement tools

الوحدة التاسعة:

قياس جودة الخدمات من منظور العملاء

Factors that differentiate excellence for customer service

- الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات service measuring for methods popular Quality
- مقياس عدد الشكاوى measuring Complains
- مقياس الرضا measuring Satisfaction
- مقياس الفجوة measuring Servqual
- مقياس الأداء الفعلي measuring Servper
- مقياس العميل الموجه بالقيمة - User - service value - service measuring Quality
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء

الوحدة العاشرة:

خطة عمل للتميز في خدمة العملاء service customer plan action

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