€TRAINING

استراتيجيات التعامل مع خدمة العملاء

25 أغسطس - 5 سبتمبر 2024

القاهرة (مصر)

استراتيجيات التعامل مع خدمة العملاء

رمز الدورة: B3 تاريخ الإنعقاد: 25 أغسطس - 5 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - التكلفة: 5985 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

العملاء"Clients" أو المستهلكين أو المستفيدين أو المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديم سلعة أو خدمة أو برنامج أو مشروع لهم. أنهم أولئك الأشخاص الذين يستخدمون منتجاتك وخدماتك التي تقدمها لهم.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد في الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي في موقع رئاسة هذا الهرم.
- إدراك أن العميل برغباته واحتياجاته واشباعاته - 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 والتزود بأساليب العناية بالعملاء.
- التزود بالمهارات السلوكية اللازمة للتعامل الفعال مع العملاء.
- التعرف على مفهوم وخصائص وأنواع الخدمات - والتزود ببعض نظم بيع الخدمات.
- التدرب على اساليب ومهارات إدارة الخدمة المتميزة.
- الحصول على مجموعة من النصائح الختامية تمثل دليل عمل في التعامل الفعال مع العملاء.

الفئات المستهدفة:

- المدراء الذين يريدون الحصول على تدريب في خدمة العملاء لتعزيز مهاراتهم وتدريب موظفيهم.
- ممثلو خدمة العملاء والموظفون التقنيون.
- موظفو الدعم وممثلو خدمة العملاء الميدانية.
- المسؤولون عن حسابات العملاء.
- موظفو الائتمان المختصين.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

محاور البرنامج التدريبي:

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"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:

"Dealing with Customers complaints" التعامل مع شكاوى العملاء

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

الوحدة السابعة:

"Building and managing service quality" بناء وإدارة جودة الخدمة

- جودة الخدمة"Service quality".
- الأبعاد الخمس لجودة الخدمة " "The five dimensions of service quality
- نماذج جودة الخدمة "Quality and continuous improvement"
- ستة خطوات لتحليل الجودة وتحسينها "Six steps for quality analysis and improvement"

الوحدة الثامنة:

"Benchmarking for quality improvement" القياس المقارن لتحسين الجودة

- ما المقصود بالقياس المقارن.B."M
- 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"Quality popular methods for measuring service"
- مقاييس عدد الشكاوى"Complains measuring"
- مقاييس الرضا "Satisfaction measuring"
- مقاييس الفجوة "Servqual measuring"
- مقياس الأداء الفعلي "Servper measuring"
- مقاييس العميل الموجه بالقيمة "User - value service - Quality measuring"
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء.

الوحدة العاشرة:

خطة عمل للتميز في خدمة العملاء:

"Customer service action plan"

- مبادئ الجودة في خدمة العملاء "Principles of Quality customer service"
- المبادئ الاثنا عشر لخدمة العملاء "The 12 Principles of Quality customer service"

info@euro-training.net
+447447999485 - +447492882996