

استراتيجيات التميز في خدمة العملاء واسعاد المتعاملين

لمن هذا النشاط

- مدراء إدارة التسويق.
- مدراء المبيعات.
- مدراء خدمة العملاء.
- مسؤولي علاقات وخدمات العملاء
- ممثلي خدمة العملاء CSR.
- العاملين في مجال الإستراتيجيات.
- العاملين في إدارة حسابات العملاء.

الأهداف

تمكين المشاركين من تحقيق الأهداف التالية:

- فهم أساسيات ومعادلة إسعاد وخدمة العملاء.
- تقديم خدمة متميزة تتجاوز توقعات العملاء وتبني علاقات إيجابية.
- معرفة أهمية رضا وإسعاد المتعاملين في تحسين السمعة المؤسسية وتطوير الخدمات.
- فهم متطلبات العلاقات العامة وكيفية فتح قنوات التواصل مع الموظفين والعملاء.
- اكتساب مهارة التواصل والاتصال مع المتعاملين والتعامل مع أنماط العملاء ذوي الطباع الصعبة.
- استخدام مهارات التفاوض والإقناع في بيئة العمل ومع العملاء.
- تطبيق تقنيات حل المشكلات لحل قضايا العملاء بكفاءة.

تفاصيل النشاط

التاريخ 23 – 27 أغسطس 2026 (الأردن - عمان)

25 – 29 أكتوبر 2026 (دبي)

22 – 26 نوفمبر 2026 (الدوحة)

20 – 24 ديسمبر 2026 (دبي)

21 – 25 مارس 2027 (دبي)

الموعد 9:00 صباحا الى 2:00 ظهرا

لغة النشاط عربي والمصطلحات (عربي، انجليزي)

التكلفة \$ 2950 ألفان وتسعمائة وخمسون دولار أمريكي

خصم 20 % في حالة تسجيل 3 مشاركين أو أكثر

المحتويات

فهم العملاء وإدارة توقعاتهم

- تحليل احتياجات العملاء والمتعاملين وتوقعاتهم المتغيرة.
- تصنيف العملاء حسب السلوك، الأولويات، وطبيعة الاحتياج.
- فهم دوافع الرضا وعدم الرضا في التفاعل الخدمي.
- إدارة توقعات العملاء قبل وأثناء وبعد تقديم الخدمة.

مهارات التواصل مع العملاء

- مهارات الإصغاء الفعّال وفهم الرسائل الظاهرة والضمنية.
- استخدام لغة إيجابية تعزز الثقة والاطمئنان لدى العميل.
- طرح الأسئلة المناسبة لتشخيص احتياج العميل بدقة.
- التعامل مع العملاء عبر الهاتف، البريد الإلكتروني، والقنوات الرقمية.

إسعاد المتعاملين وصناعة تجربة إيجابية

- مفهوم إسعاد المتعاملين وعلاقته بجودة الخدمة وتجربة العميل.
- تحويل التفاعل اليومي إلى تجربة إنسانية مريحة ومؤثرة.
- عناصر السعادة في الخدمة.
- تصميم لحظات خدمة مميزة تترك أثراً إيجابياً لدى العميل.
- بناء ثقافة مؤسسية تجعل إسعاد المتعاملين مسؤولية مشتركة.

التعامل مع الشكاوى والمواقف الصعبة

- فهم أسباب شكاوى العملاء وتحليل جذورها الحقيقية.
- مهارات التعامل مع العميل الغاضب.
- أساليب تهدئة المواقف الحساسة.
- تحويل الشكاوى إلى فرص للتحسين واستعادة الثقة.
- حل المشكلات والشكاوى طبقاً للنموذج الياباني.
- التعامل الإبداعي مع الشكاوى والمشكلات وفق نموذج إيشيكاوا.

جودة الخدمة وقياس رضا العملاء

- مؤشرات قياس رضا العملاء وجودة الخدمة.
- استخدام التغذية الراجعة لتحديد فجوات الأداء الخدمي.
- تحليل نتائج الاستبيانات والملاحظات والشكاوى.
- بناء مؤشرات أداء لخدمة العملاء وإسعاد المتعاملين.
- ربط نتائج القياس بخطط التحسين والتطوير المستمر.
- بناء الولاء وتعزيز العلاقة مع العملاء.