

المحتويات

جودة الخدمة المقدمة

- معايير ومفهوم الجودة في عالم خدمة العملاء الحديث.
- أدوات تحديد احتياجات العميل الفوق قياسية وتلبيتها.
- تصميم "رحلة العميل" لضمان تجربة خالية من الأخطاء.
- دور الموظف في تمثيل الصورة الذهنية الراقية للمنظمة.
- أساليب الرقابة والتقييم المستمر لجودة الخدمات ونقاط البيع.

متوسط المدة الزمنية لخدمة العميل

- كيفية حساب وهندسة الوقت المستغرق في تقديم الخدمة (AHT).
- رصد العوائق والتعقيدات الإدارية التي تتسبب في تأخير العميل.
- تدريب الموظفين على مهارات الحسم والسرعة الذكية أثناء الخدمة.
- أتمتة الإجراءات المتكررة لتسريع خطوات التنفيذ.
- موازنة كفة الميزان بين السرعة في الإنجاز ودقة الخدمة.

متوسط وقت الانتظار لمتلقي الخدمة

- تحليل أسباب تكدر العملاء في صالات الانتظار أو على الهاتف.
- تطبيق استراتيجيات إدارة الطوابير الذكية.
- تفعيل قنوات الخدمة الذاتية والتطبيقات لتقليل الضغط البشري.
- سيكولوجية الانتظار: كيف تجعل وقت انتظار العميل يبدو أقصر.
- مهارات التوزيع الفوري للمهام وتدوير الموظفين في أوقات الذروة.

نسبة رضا العملاء

- تصميم استبيانات ونماذج قياس الرضا بأسلوب علمي ومبسط.
- آليات حساب مؤشر صافي الترويج ومؤشر جهد العميل.
- تحليل تقارير الرضا وتحويل الأرقام إلى خطط تحسين فعلية.
- الإدارة الاحترافية للعملاء الغاضبين واستعادة ولائهم.
- ربط حوافز ومكافآت الموظفين بنسب الرضا المحققة.

تحليل سلوك العميل

- تطبيق أدوات تحليل سلوك العميل وفهم دوافعهم الشرائية والتنظيمية.
- رسم خريطة رحلة العميل لتحديد نقاط التماس مع الشركاء.
- استخدام البيانات والذكاء الاصطناعي في التنبؤ سلوك المستهلك.
- دراسة العوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة في قرارات العملاء والشركاء.

بناء ولاء العملاء والشركاء

- استراتيجيات وأدوات بناء ولاء العملاء والشركاء على المدى الطويل.
- تصميم وإدارة برامج الولاء والمكافآت المشتركة بين أطراف الشراكة.
- معايير قياس رضا وولاء الشركاء والعملاء.
- تحويل العميل والشركاء التقليديين إلى سفراء ومروجين للعلامة التجارية.

لمن هذا النشاط

- مدراء الإدارات.
- مدراء تطوير الأعمال.
- مدراء إدارة الشركات والتحالفات الاستراتيجية.
- مدراء ورؤساء أقسام خدمة العملاء وعلاقات المشتركين.
- مسؤولو إدارة الشركات الاستراتيجية والتطوير المؤسسي.
- قادة وموظفو مراكز الاتصال ومراكز الخدمة.
- مدراء الجودة والتميز المؤسسي.
- مسؤولو التسويق والمبيعات المسؤولون عن تجربة العميل.
- المحللون المسؤولون عن قياس رضا العملاء.

الأهداف

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- فهم أحدث الاستراتيجيات في إدارة الشركات ورعاية العملاء.
- تمكين من رفع جودة الخدمات المقدمة بما يفوق توقعات العميل.
- اكتساب مهارات تقليص وقت انتظار العملاء وتحسين الخدمة.
- تدريب المشاركين على تسريع المدة الزمنية لتقديم الخدمة دون المساس بالجودة.
- احتراف أدوات وطرق قياس نسبة رضا العملاء وتحليل النتائج.
- بناء قدرات التعامل مع شكاوى العملاء وتحويلها إلى فرص للولاء.
- تصميم وإدارة شركات استراتيجية فعالة تدعم أهداف المنظمة.
- التعرف على كيفية دمج التكنولوجيا لتقديم خدمة عملاء مرنة.
- وضع مؤشرات أداء (KPIs) واضحة لمراقبة وتطوير أداء فرق الخدمة.
- صياغة استراتيجية متكاملة تضمن استدامة العملاء والشركات على المدى الطويل.

تفاصيل النشاط

التاريخ	المكان
12 - 16 يوليو 2026 (قطر - الدوحة)	
4 - 8 أكتوبر 2026 (البحرين - المنامة)	
29 نوفمبر - 3 ديسمبر 2026 (دبي)	
11 - 15 إبريل 2027 (دبي)	
التوقيت	9:00 صباحا الى 2:00 ظهرا
لغة النشاط	اللغة العربية
التكلفة	\$2950 ألفان وتسعمائة وخمسون دولار أمريكي

خصم 20 % في حالة تسجيل 3 مشاركين أو أكثر