

المحتويات

- التحليل المتقدم لسلوك العميل واستراتيجيات الاكتساب
- محركات السلوك النفسي والشرائي للعميل في العصر الرقمي.
- مهارات قراءة لغة الجسد، وتحليل نبرة الصوت، والذكاء العاطفي في التعامل.
- آليات تصنيف وتقسيم العملاء لبناء تجارب مخصصة تناسب كل فئة.
- استراتيجيات جذب واكتساب العملاء الجدد وتحديد القنوات الأكثر فاعلية.
- معادلة احتساب القيمة المالية للعميل على المدى الطويل.
- جودة الخدمة المقدمة وتصميم تجربة العميل
- الأبعاد والمعايير الخمسة الأساسية لتقييم جودة الخدمة عالمياً.
- تصميم ورسم خريطة مسار العميل وتحديد "لحظات الحقيقة" المؤثرة.
- صياغة اتفاقيات ومعايير مستوى الخدمة وتطبيقها في الخطوط الأمامية.
- أدوات الرقابة المستمرة على الجودة مثل برامج المتسوق الخفي والاستبيانات الفورية.
- تمكين موظفي الصف الأمامي بصلاحيات حل المشكلات بشكل فوري.
- الكفاءة التشغيلية (إدارة أوقات الخدمة والانتظار)
- مفهوم وكيفية حساب متوسط المدة الزمنية المستغرقة لخدمة العميل.
- تقنيات تقليص وقت الخدمة عبر الإجراءات وتطوير مهارات الموظفين.
- استراتيجيات إدارة وتقليل متوسط وقت الانتظار لمتلقي الخدمة قبل الاستقبال.
- السيكولوجية التطبيقية لإدارة وقت الانتظار وكيفية جعل فترة الانتظار مريحة للعميل.
- تصميم وتفعيل أنظمة الخدمة لتخفيف الضغط وتحسين تدفق المراجعين.
- قياس نسبة رضا العملاء والتعامل مع الشكاوى
- مؤشرات قياس رضا العملاء، ومؤشر قياس جهد العميل.
- آليات جمع وتحليل الآراء والتغذية الراجعة وتحويلها لقرارات تطويرية.
- السيكولوجية المتقدمة للتعامل مع العميل الغاضب وإطفاء حدة الأزمات.
- نظام معالجة وبناء الشكاوى كأداة تسويقية وعلاقتها بالاحتفاظ بالعميل.
- استراتيجيات معالجة الأخطاء المهنية لضمان عدم خسارة العميل نهائياً.
- استراتيجيات ولاء العملاء والاحتفاظ بهم
- التحول من مرحلة "إرضاء العميل" التقليدية إلى مرحلة "إسعاد ولاء العميل".
- أساليب بناء الولاء العاطفي والمادي وتصميم برامج المكافآت المتقدمة.
- استراتيجيات تقليل نسبة تسرب العملاء وحساب الكلفة لخسارة العميل.
- دور الخدمة الاستباقية وتوقع احتياجات العميل.

لمن هذا النشاط

- مدراء إدارات خدمة العملاء.
- مسؤولو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- مسؤولو جودة الخدمة وتجربة العميل.
- مشرفو خدمة العملاء.
- موظفو الخطوط الأمامية.
- مدراء مراكز الاتصال وهواتف الخدمة.
- مسؤولو تطوير الأعمال وإدارة علاقات العملاء.
- موظفو الدعم الفني والمساندة.

الأهداف

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- فهم سيكولوجية العميل وتمكين من قراءة الدوافع النفسية والسلوكية العميقة للعملاء.
- بناء الولاء المستدام وتزويد بإستراتيجيات تحويل العملاء الراضين إلى عملاء موالين ومروجين.
- تطبيق معايير الجودة تمكين الحضور من تطبيق نموذج العالمي لقياس جودة الخدمة.
- تحسين زمن الخدمة وتقليص متوسط وقت خدمة العميل دون الإخلال بجودة الأداء.
- إدارة وقت الانتظار وتطوير مهارات هندسة تدفق العملاء لتقليل فترات الانتظار إلى الحد الأدنى.
- احتراف قياس الرضا واستخدام أدوات القياس الحديثة وتحليل نتائجها بدقة.
- صقل مهارات استعادة الخدمة عند حدوث أخطاء أو شكاوى معقدة.
- قيادة التميز المؤسسي وتمكين الكوادر من قيادة فرق الخطوط الأمامية ونشر ثقافة "العميل أولاً".

تفاصيل النشاط

التاريخ	12 - 16 يوليو 2026 (قطر - الدوحة)
والمكان	25 - 20 أكتوبر 2026 (دبي)
	29 نوفمبر - 3 ديسمبر 2026 (البحرين - المنامة)
	28 مارس - 1 إبريل 2027 (دبي)
التوقيت	9:00 صباحاً الى 2:00 ظهراً
لغة النشاط	اللغة العربية
التكلفة	\$2950 ألفان وتسعمائة وخمسون دولار أمريكي

خصم 20 % في حالة تسجيل 3 مشاركين أو أكثر