استراتيجيات منع الصراعات وتسوية المنازعات والتميز فى التعامل مع الشخصيات الصعبة والعدائية

بتاريخ	اماكن الإنعقاد	الرسوم($)	احجز مقعدك
٢٢ ديسمبر -٢٦ ديسمبر ٢٠٢٤	دبي	٢٩٥٠	سجل الأن

وصف الدورة التدريبية

العملاء Clients أو المستهلكين أو المستفيدين أو المتعاملين هم أحد الأسباب الرئيسية في إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديمة 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؟؟

هدف الدورة التدريبية

- 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 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 اساليب 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.

شهادة الدورة التدريبية

في نهاية البرنامج سوف يتمكن المشاركون الحصول على شهادة حضور من روبست بعد إكمال حضور الدورة كاملاً.

خطة الدورة 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 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 skills Communication
- 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:التعامل مع شكاوى العملاء Dealing with Customers complaints

- استمع للعملاء
- اتخذ خطوات لحل المشكلة
- كيف تحول الشكوى لفرصة complaints customer turn opportunity
- التعرف في المواقف الصعبة مع العملاء Handling challenging situation with a 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 Building and managing service quality

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

الوحدة الثامنة:القياس المقارن لتحسين الجودة Benchmarking for quality 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 quality of tools seven the improvement

الوحدة التاسعة:قياس جودة الخدمات من منظور العملاء

Factors that differentiate excellence for customer service

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

الوحدة العاشرة:خطة عمل للتميز في خدمة العملاء customer action plan service

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