



British Training

مؤتمر: استراتيجيات منع الصراعات وتسوية المنازعات والتميز في
التعامل مع الشخصيات الصعبة والعدائية

23 ديسمبر 2018 - 3 يناير 2019

عمان

VIP Training Center





British Training

هؤتهر: استراتيجيات منع الصراعات وتسوية المنازعات والتهيز فى التعامل مع الشخصيات الصعبة والعدائية

رمز الدورة: C814 تاريخ الإنعقاد: 23 ديسمبر 2018 - 3 يناير 2019 دولة الإنعقاد: عمان - VIP Center Training التكلفة: USD 3750

مقدمة عن الدورة التدريبية

أطعملمتلكين أو المستفيدين أو المتعاملين هم Clients

أحد الأسباب الرئيسية فى إنشاء المنظمة لتلبية احتياجاتهم أو حل المشكلات من خلال تقديمه سلعة أو خدمة Good أو برنامج Service ومشروع ProjectProgram لهم.

أطلق عليهم أي اسم عملاء - مستهلكون - متعاملون... أنهم أولئك الأشخاص الذين يستخدمون منتجاتك وخدماتك التي تقدمها لهم.... أنهم الذين يبررون راتبك ويسهمون فى تحقيق أرباح شركتك - فكيف يمكن أن تهيز فى خدمتهم؟

الهدف العام من الدورة التدريبية

- التعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد فى الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي فى موقع رئاسة هذا الهرم
- إدراك أن العميل برغباته واحتياجاته وأشباعاته - هو المهدير الحقيقي للشركة وجميع المستويات الإدارية المختلفة فى 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 نظريه بيع الخدمات.
- التدريب على أساليب ومهارات إدارة الخدمة المتميزة
- تدريب المشاركين على أسلوب لحظات الصدق فى التعامل مع العملاء
- تقديم مجموعة من النصائح الختامية تمثل دليل عمل فى التعامل الفعال مع العملاء.

المحتوى العلمي للدورة التدريبية

الوحدة الأولى: من الذي يدير مؤسسات الاعمال؟

- الهرم التنظيمي فى 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
- مختيار أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم
- تهزين لهاذا تختلف مع العملاء
- أنت السبب



- مختبر الإدراك المتبادل
- كيف ترى نفسك كموقدّم خدمة
- تهرين 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?
- لماذا يحفز العميل للتعامل مع شركة معينة؟ What motivate customers to deal with specific company?
- تهرين حب لعميلك ما تحب لنفسك
- تهرين أنا لن أعود إليك
- دستورنا في التعامل مع العملاء
- رؤية وتصورات وقيم شركة فوردي
- 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
- مبرج 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 turn customer complaints opportunity
- التعرف في المواقف الصعبة مع العملاء Handling challenging situation with a customer - focused mindset
- خمسة مراحل للرد على اعتراضات العملاء



British Training

- 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 service quality
- النبعاد الخمس لجودة الخدمة the five dimensions of service quality
- نهج 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 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
- مقياس عدد الشكاوى Complains measuring
- مقياس الرضا Satisfaction measuring
- مقياس الفجوة Servqual measuring
- مقياس النداء الفعلي Servper measuring
- مقياس العميل الموجه بالقيمة User - value service - Quality measuring
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء

customer service action plan

الوحدة العاشرة: خطة عمل للتهيؤ في خدمة العملاء

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