



**خبرة الأمل الدورة التدريبية: إدارة توقعات العملاء بفاعلية:
تحقيق الرضا وتجنب**

Ref: #CUS9114



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



فقط على تقديم العملاء حجر الزاوية في بناء علاقات قوية ومستدامة. في عالم الأعمال المتسارع اليوم، تعد إدارة توقعات الدقيقة والقدرة على تلبيةها أو حتى منتجات أو خدمات عالية الجودة، بل يمتد ليشمل فهم إن تحقيق رضا العملاء لا يقتصر من BIG BEN يكون هناك تباين بين ما يتوقعه وما يحصل عليه تجاوزها. غالباً ما تنشأ خيبة أمل العميل عندما توقعاتهم بالاستراتيجيات والأدوات اللازمة لإدارة هذه مصممة لتزويد المشاركين في Training Center فعلياً. هذه الدورة التدريبية الشاملة دمجها مع تحليل سلوك ولاء العملاء. سنتعمق في مفاهيم إدارة العلاقات التوقعات بفاعلية، وتحويل التحديات إلى فرص لتعزيز الممارسات في التواصل مع العملاء لضمان العملاء لتحديد التوقعات الضمنية والصريحة. سنستكشف العملاء (CRM) وكيفية لإدارة توقعات استياء العملاء. سنتناول الدورة تقنيات الاستماع وضوح الرسائل وتجنب سوء الفهم الذي يؤدي إلى أيضاً أفضل المرموق Leonard L. Berry (ليونارد حقيقية وواقعية، وتقديم تجارب عملاء استثنائية. يرى الفعال وبناء الثقة كركائز أساسية حول العملاء هو الخطوة الأولى نحو تقديم خدمة ممتازة بيرري) في أبحاثه حول جودة الخدمة أن فهم توقعات الأكاديمي تعزيز رضا العميل كيفية تحليل ملاحظات العملاء واستخدامها لتحسين وتجنب شكاوى العملاء. ستقدم الدورة رؤى عملية النهائي وتقليل معدلات التراجع عن الشراء العمليات والخدمات، وبالتالي



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء خدمة العملاء.
- مدراء المبيعات.
- مدراء التسويق.
- أخصائيو خدمة العملاء.
- ممثلي المبيعات.
- مدراء المنتجات.
- أصحاب الأعمال.
- القادة التنفيذيين.
- أي شخص يتعامل مباشرة مع العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية والبنوك.
- صناعة التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- قطاع الاتصالات.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- صناعة تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات.
- القطاع الصحي والمستشفيات.
- قطاع العقارات.
- شركات الاستشارات.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- قسم خدمة العملاء
- قسم المبيعات
- قسم التسويق
- قسم إدارة المنتجات
- قسم العمليات
- قسم العلاقات العامة
- قسم الموارد البشرية
- القيادة والإدارة العليا

أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- تحديد توقعات العملاء وتحليلها بدقة
- تطوير استراتيجيات لإدارة توقعات العملاء بفاعلية
- تطبيق تقنيات تحسين رضا العملاء
- معالجة شكاوى العملاء بكفاءة ومنع خيبة الأمل
- بناء علاقات قوية مع العملاء وتعزيز ولائهم
- استخدام ملاحظات العملاء لتحسين جودة الخدمة
- تصميم تجارب عملاء إيجابية ومتميزة
- فهم سلوك العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم
- الواقعية التعامل مع المواقف الصعبة وتوقعات العملاء غير
- قياس مؤشرات رضا العملاء وتحليلها

منهجية الدورة التدريبية:



نظرية قوية التدريبية على منهجية تفاعلية وشاملة لضمان أقصى يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة النجاح التنظيمي. يتم دمج هذه تشمل مفاهيم إدارة توقعات العملاء وأهمية رضا استفادة للمشاركين. تبدأ الدورة بمقدمة تشجيع العمل الصناعات، مما يتيح للمشاركين تطبيق المعرفة المفاهيم مع دراسات حالة واقعية من مختلف العملاء في تحقيق خبراتهم ويطورون حلولاً الجماعي من خلال تمارين تطبيقية ومناقشات مفتوحة، النظرية على سيناريوهات عملية. يتم جلسات تفاعلية مكثفة لتدريب المشاركين على مبتكرة لمواجهة تحديات إدارة توقعات العملاء. يتم حيث يتبادل المشاركون التغذية الراجعة مهارتان أساسيتان في التعامل مع توقعات العملاء مهارات التواصل الفعال والاستماع النشط، وهما تخصيص على تحسين أدائهم وتطوير قدراتهم في حل الفورية من المدربين والزملاء، مما يساعد المتنوعة. كما تتضمن المنهجية من تحسين تجربة العملية والاستراتيجيات القابلة للتطبيق مباشرة في مشكلات العملاء. يتم التركيز على التطبيقات المشاركين في صياغة توقعات واقعية العميل بشكل ملموس. سيتعلم المشاركون كيفية تحليل بيئة العمل، لتمكين المشاركين لتعزيز ولائهم على المدى الطويل، وقابلة للتحقيق، وكيفية بناء الثقة مع العملاء بيانات العملاء واستخدامها

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



الوحدة الأولى: أساسيات فهم توقعات العملاء

- مقدمة حول أهمية إدارة توقعات العملاء
- تعريف توقعات العملاء وأنواعها (مريحة وضمنية)
- سلوك العملاء: كيف تتكون التوقعات؟
- دورة حياة العميل وتأثيرها على التوقعات
- التحليلات التنبؤية في فهم احتياجات العملاء
- محددات رضا العميل وخيبة الأمل
- القيمة المتوقعة مقابل القيمة المدركة

التوقعات: الوحدة الثانية: استراتيجيات تحديد وإدارة

- تقنيات جمع ملاحظات العملاء (استبيانات، مقابلات)
- تحليل البيانات لفهم التوقعات غير المعلنة
- وضع توقعات واقعية وقابلة للتحقيق
- التواصل الفعال في تحديد التوقعات
- استراتيجيات بناء الثقة والشفافية
- تجنب الوعود الزائدة والنتائج المتوقعة
- أدوات تخطيط رحلة العميل

الوحدة الثالثة: معالجة خيبة الأمل وشكاوى العملاء



- فهم أسباب خيبة الأمل.
- الاستماع النشط والتعاطف مع العملاء المستائين.
- تقنيات حل المشكلات بفاعلية.
- تحويل الشكاوى إلى فرص لتحسين الخدمة.
- استعادة ثقة العميل بعد تجربة سلبية.
- إدارة الأزمات في خدمة العملاء.
- أهمية الاستجابة السريعة لشكاوى العملاء.

الوحدة الرابعة: بناء تجربة عملاء استثنائية.

- تصميم تجربة العميل المتميزة.
- دور ثقافة خدمة العملاء في تحقيق الرضا.
- تخصيص الخدمات لتلبية التوقعات الفردية.
- استخدام التكنولوجيا في تحسين تجربة العميل.
- الابتكار في خدمة العملاء.
- العملاء، قياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لرضا
- ربط رضا العملاء بولاء العملاء.

الوحدة الخامسة: تعزيز ولاء العملاء وتأثيره.

- أهمية ولاء العملاء في النمو المستدام.
- برامج مكافآت العملاء ومزايا الولاء.
- الاحتفاظ بالعملاء كاستراتيجية أساسية.
- سفراء العلامة التجارية ودورهم في زيادة المبيعات.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- قياس القيمة الدائمة للعميل (CLV).
- دور التغذية الراجعة في تعزيز الولاء.



الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية، راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل:

التشغيلية العملاء الواقعية وتقديم تجارب تفوق هذه التوقعات كيف يمكن للمنظمات تحقيق التوازن بين تحديد توقعات والربحية على المدى الطويل؟ باستمرار، مع الحفاظ على الكفاءة

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



سرداً النظريات. نحن نركز على واستراتيجيات عملية تركز على جوهر إدارة توقعات تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديم رؤى عميقة من تطبيق المفاهيم المكتسبة مباشرة في الأمثلة العملية ودراسات الحالة الواقعية التي تمكن العملاء بدلاً من مجرد بطريقة إيجابية. الاستجابة للعملاء، بل تتجاوز ذلك لتعليم كيفية بيئات عملهم. الدورة لا تكتفي بتعليم كيفية المشاركين فهم سلوك العملاء وتحليل احتياجاتهم نبتعد عن التركيز على أدوات معينة ونركز بدلاً من التنبؤ بتوقعاتهم وحتى تشكيلها دقيقة يقلل من سوء الفهم ويزيد من رضا العميل. المنهجية الكاملة. سيتعلم المشاركون فن التواصل الفعال الذي ذلك على كيف يمكن لإدارة توقعات ومبنية على أحدث الأبحاث في مجال خدمة العملاء الأكاديمية المتبعة تضمن أن تكون المعلومات استراتيجية تساهم في نمو الأعمال وبناء العملاء أن تتحول من مجرد عملية تفاعلية إلى ميزة وإدارة العلاقات. سنستكشف لتحويل أي تفاعل مع العميل لتزويد المشاركين بالمهارات التحليلية ولاء العملاء على المدى الطويل. الدورة مصممة تنافسية الأمل وتعزيز الولاء إلى فرصة لتعزيز الثقة والرضا، وبالتالي تجنب خيبة والاستراتيجية اللازمة