



ورواد الأعمال الدورة التدريبية: خدمة العملاء للشركات الناشئة

Ref: #CUS4121



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

إتقان خدمة العملاء ناشئة، وخاصة في بيئة الأعمال التنافسية اليوم. تُعد خدمة العملاء حجر الزاوية في نجاح أي شركة الاحتراف" رؤى متقدمة تجمع بين الأسس النظرية للشركات الناشئة ورواد الأعمال من الصفر إلى تقدم "الدورة التدريبية: الواقعية، سيتعلم الفريدة التي تواجه المشاريع الناشئة. من خلال والتطبيقات العملية، مصممة خصيصاً لمواجهة التحديات مستدامة، وإدارة الشكاوى بفعالية، وبناء المشاركون كيفية تحويل تجربة العميل إلى ميزة منهجية قائمة على دراسات الحالة وتقنيات التواصل هذه الدورة كحل متكامل يشمل أحدث Center ولاء طويل الأمد. يُقدم مركز BIG BEN Training تنافسية الأولية إلى مستويات الاحتراف في خدمة الفعال، مما يضمن للمتدربين تحقيق قفزة نوعية من استراتيجيات قياس رضا العملاء العملاء. المراحل

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مؤسسي الشركات الناشئة ورواد الأعمال.
- مدراء خدمة العملاء في المشاريع الصغيرة.
- فرعم الدعم الفني في الشركات الناشئة.
- موظفي مراكز الاتصال بالشركات حديثة التأسيس.
- مسؤولي تجربة العملاء (CX) في الشركات الناشئة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:



- التجارة الإلكترونية). الشركات التقنية الناشئة (التكنولوجيا المالية،
- المنشآت الصغيرة والمتوسطة في قطاع الخدمات.
- المؤسسات غير الربحية حديثة التأسيس.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسة المستهدفة:

- إدارة خدمة العملاء.
- فرعم المبيعات والتسويق.
- قسم ضمان الجودة.
- إدارة تجربة العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- العملاء. تطبيق استراتيجيات التواصل الفعال لتحسين تجربة
- إدارة شكاوى العملاء بطرق تحول السلبية إلى ولاء.
- تصميم معايير قياس رضا العملاء للشركات الناشئة.
- محدودة. استخدام أدوات بسيطة لبناء ولاء العملاء بميزانيات
- الصغيرة. تحويل خدمة العملاء إلى رافد للربحية في المشاريع

منهجية الدورة التدريبية:



ناجحة. سيشارك المحاضرات القصيرة، وورش العمل التطبيقية، وتحليل تعتمد الدورة على نموذج تعليمي تفاعلي يجمع بين نقاش جماعي لتطوير حلول مبتكرة. المتدربون في تمارين محاكاة لسيناريوهات خدمة عملاء دراسات الحالة من شركات ناشئة الصعاب"، وتصميم خرائط رحلة العميل، مع توفير" كما تشمل الجلسات تمارين لعب أدوار لمواجهة العملاء واقعية، مع جلسات الناشئة، مما يضمن نقل البرنامج بتكامل الأدوات الرقمية البسيطة التي تغذية راجعة فورية من المدربين المتخصصين. يتميز المعرفة إلى بيئة العمل الفعلية بكفاءة. تناسب إمكانيات الشركات

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الناشئة الوحدة الأولى: أساسيات خدمة العملاء في الشركات

- الناشئة. فهم دور خدمة العملاء كأداة تنافسية للشركات
- تحليل الفرق بين خدمة العملاء التقليدية والحديثة.
- الصغيرة. تحديد معايير تجربة العميل المناسبة للمشاريع
- للنمو. دراسة حالات لشركات ناشئة استخدمت خدمة العملاء
- تطبيق نموذج Kano لتحليل توقعات العملاء.
- تصميم خريطة رحلة العميل الأولية.
- الناشئة. تقييم الموارد المتاحة لخدمة العملاء في الشركات

العملاء الوحدة الثانية: استراتيجيات التواصل الفعال مع



- الخفية. تقنيات الاستماع الفعال وفهم احتياجات العملاء
- (سوشيال ميديا - بريد إلكتروني). فنون التعامل مع العملاء عبر القنوات الرقمية
- الموارد الكافية. إدارة المحادثات الهاتفية باحترافية في غياب
- استخدام لغة الجسد والصوت في التواصل المباشر.
- تطوير نصوص موحدة للرد على الاستفسارات الشائعة.
- تدريبات على التعامل مع اللهجات والثقافات المختلفة.
- توظيف الذكاء الاصطناعي البسيط في دعم التواصل.

الوحدة الثالثة: إدارة شكاوى العملاء وبناء الولاء

- تحويل الشكاوى إلى فرصة لتعزيز الولاء.
- (LAER). خطوات التعامل مع العملاء الغاضبين وفق منهجية
- إجراءات التعويض الذكي بميزانيات محدودة.
- استراتيجيات بناء الثقة بعد الأزمات.
- تصميم برامج ولاء منخفضة التكلفة للشركات الناشئة.
- دراسات حالات لشركات ناشئة حولت شكاوى إلى قصص نجاح.
- تقنيات قياس أثر حل الشكاوى على ولاء العملاء.

الوحدة الرابعة: قياس رضا العملاء وتحسين الخدمة

- الناشئة. اختيار مؤشرات الأداء (KPIs) المناسبة للشركات
- تطبيق استبيانات NPS و CSAT بتكاليف شبه معدومة.
- تحليل البيانات البسيطة لتحسين الخدمة.
- استخدام منصات مجانية لرصد آراء العملاء.
- تقنيات إجراء مقابلات الخروج مع العملاء.
- تطوير خطط تحسين مستمرة (PDCA) للخدمة.
- دمج ملاحظات العملاء في تطوير المنتج.



تنافسية الوحدة الخامسة: تحويل خدمة العملاء إلى ميزة

- الصغيرة. ربط خدمة العملاء بزيادة الربحية في المشاريع
- استراتيجيات تسويق تجارب العملاء الإيجابية.
- تكامل خدمة العملاء مع التسويق والمبيعات.
- تصميم نماذج حوافز الموظفين في ظل الموارد المحدودة.
- توظيف قصص نجاح العملاء في جذب عملاء جدد.
- بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل.
- وضع خطة تنفيذية شخصية لتحويل التعلم إلى ممارسة.

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

- 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 العدة

سؤال للتأمل:

- الكبرى تعقيداً؟ كحافز لابتكار نماذج غير تقليدية لقياس ولاء كيف يمكن توظيف محدودية الموارد في الشركات الناشئة
- العملاء تفوق نماذج الشركات

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



تُقدم حلولاً عملية قابلة للتطبيق الناشئة التي تفتقر للبنية التحتية والموارد تركز هذه الدورة على التحديات الفريدة للشركات مع العامة، تستند محاور البرنامج إلى دراسات حالات الفوري بميزانيات محدودة. على عكس الدورات النظرية الكبيرة، حيث في الطلب، أو إدارة شكاوى تمارين محاكاة مصممة خصيصاً لسيناريوهات مثل: واقعية من شركات ناشئة في البيئة العربية، العملاء (مثل مقياس CES) التي تتلاءم مع العملاء بفريق صغير. كما يدمج المحتوى أحدث منهجيات التعامل مع النمو المفاجئ استشارية Center لتطبيقها فوراً. يُقدم BIG BEN Training المراحل الأولية للمشاريع، مع توفير قوالب جاهزة قياس رضا إلى نتائج ملموسة في أرض الواقع. مصغرة لمتابعة التطبيق العملي، مما يضمن تحويل دعماً ما بعد الدورة يشمل حصصاً المعرفة