



**وولائهم الدورة التدريبية: قيادة فرق خدمة العملاء بامتياز:
استراتيجيات متقدمة لرضا العملاء**

Ref: #CUS7972



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

اليوم، هذه الدورة في بناء علاقات قوية مع العملاء وضمان ولائهم في تُعد قيادة فرق خدمة العملاء الفعالة حجر الزاوية مصممة لتزويد القادة بالمهارات والاستراتيجيات التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center بيئة الأعمال التنافسية الفعّال، سنتعمق في استكشاف أساليب قيادة الفرق لتحقيق أقصى المتقدمة اللازمة لتحقيق التميز في خدمة العملاء. تفوق التوقعات. نولي اهتماماً خاصاً وإدارة توقعات العملاء ببراعة، وتقديم تجارب قدر من الأداء، وتطوير مهارات التواصل هذا النهج في تحسين الخدمة، بالإضافة إلى بناء ثقافة مؤسسية للتعامل مع الشكاوى الصعبة وتحويلها إلى فرص استثنائية (Valarie A.)، التي أثرت بشكل أعمال أكاديميين بارزين مثل البروفيسور فالاري أيه. تركز على العميل في جوهرها. يتجلى المشاركون كيف يمكنهم تطبيق أفضل الممارسات كبيراً في فهمنا لجودة الخدمة وتوقعات العملاء. زيثامل (Zeithaml) محترفة ومدربة الولاء للعلامة التجارية، وتحقيق نمو مستدام في العالمية لضمان رضا العملاء المستمر، وتعزيز سيكتشف إلى الياء لتمكين فرقهم من تقديم تجربة تدريباً عالياً. الدورة تغطي كل ما يحتاجه القادة أعمالهم من خلال فرق خدمة عملاء عملاء لا تُنسى من الألف

لأالفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة



- مدير خدمة العملاء
- مشرفو فرق خدمة العملاء
- قادة الفرق في مراكز الاتصال
- مديرو تجربة العملاء
- العملاء أي شخص في منصب قيادي مسؤول عن فرق التفاعل مع
- العملاء مديرو العمليات الذين يشرفون على أقسام خدمة

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- القطاع المصرفي والمالي
- قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات
- الرعاية الصحية والمستشفيات
- الضيافة والسياحة
- القطاع الحكومي والهيئات العامة
- قطاع الخدمات اللوجستية والشحن
- شركات التأمين
- شركات الطيران والنقل

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة خدمة العملاء١
- إدارة علاقات العملاء١
- إدارة العمليات١
- المبيعات والتسويق١
- الموارد البشرية (لتطوير قادة الفرق)١
- التطوير التنظيمي١
- مراكز الاتصال والدعم الفني١

أهداف الدورة التدريبية:١

أتقن المهارات التالية:١ بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- تطوير استراتيجيات فعالة لقيادة فرق خدمة العملاء١
- تحسين مهارات الاتصال لتعزيز تجربة العملاء١
- إدارة توقعات العملاء وتجاوزها بفعالية١
- تحليل بيانات العملاء لاتخاذ قرارات مستنيرة١
- بناء ثقافة مؤسسية تركز على رضا العملاء١
- التعامل مع الشكاوى الصعبة وتحويلها إلى فرص١
- العملاء١ تطوير برامج تدريب وتطوير مستمرة لفرق خدمة
- قياس وتحسين مؤشرات الأداء الرئيسية لخدمة العملاء١
- بناء ولاء العملاء على المدى الطويل١
- تطبيق أفضل ممارسات الصناعة في خدمة العملاء١

منهجية الدورة التدريبية:١



يتم دمج المحاضرات منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة تركز على التطبيق يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة تُحاكي تحديات بيئة خدمة العملاء الحقيقية. النظرية القصيرة مع دراسات الحالة الواقعية التي العملي للمفاهيم المكتسبة. للمشاركين طرح تعزيز التفكير النقدي وتطوير حلول مبتكرة للمشكلات. سيشارك المتدربون في ورش عمل جماعية تهدف إلى المدربين الخبراء. كما تتضمن الدورة الأسئلة، وتبادل الخبرات، والحصول على تغذية راجعة يتم توفير جلسات تفاعلية مكثفة تتيح فهماً عميقاً للمهارات المكتسبة في بيئة آمنة ومحفزة. هذه تمارين عملية، ومناقشات مفتوحة، ولعب أدوار لتطبيق فورية من القيادة، مما يعزز من قدرتهم للمفاهيم النظرية بالإضافة إلى القدرة على تطبيقها المنهجية تضمن أن يكتسب المشاركون العملاء وولائهم، على قيادة فرق خدمة العملاء نحو التميز وتحقيق رضا بفعالية في أدوارهم

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس قيادة التميز في خدمة العملاء



- فهم أدوار ومسؤوليات قائد خدمة العملاء.
- بناء فرق خدمة عملاء عالية الأداء.
- تحديد أهداف الأداء وتوقعات الفريق.
- تطوير مهارات التوجيه والتحفيز.
- أهمية ثقافة خدمة العملاء.
- التحديات الشائعة في قيادة فرق الخدمة.
- التحول من إدارة الشكاوى إلى إدارة تجربة العملاء.

العملاء والفرق الوحدة الثانية: استراتيجيات التواصل الفعال مع

- اللفظي. تحسين مهارات الاستماع الفعال والتواصل اللفظي وغير اللفظي.
- الإيجابي. بناء علاقات قوية مع العملاء من خلال التواصل.
- العملاء. تطوير استراتيجيات التواصل الداخلي لفرق خدمة العملاء.
- التعامل مع العملاء الصعبين بفعالية.
- تقنيات إدارة النزاعات والشكاوى.
- تقديم التغذية الراجعة البناءة لأعضاء الفريق.
- فن التفاوض في خدمة العملاء.

تجربتهم الوحدة الثالثة: إدارة توقعات العملاء وتحسين

- فهم رحلة العميل وتحديد نقاط الاحتكاك.
- وضع معايير خدمة عملاء واقعية وقابلة للقياس.
- استخدام بيانات العملاء لتحسين التوقعات.
- تصميم تجارب عملاء لا تُنسى.
- بناء برامج ولاء العملاء الفعالة.
- الاستجابة لمتطلبات العملاء المتغيرة.
- ابتكار حلول خدمة عملاء مبتكرة.



المستنيرة الوحدة الرابعة: تحليل الأداء واتخاذ القرارات

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لخدمة العملاء.
- تحليل بيانات رضا العملاء.
- استخدام أدوات التحليل لتحسين الأداء.
- تحديد مجالات التحسين في خدمة العملاء.
- اتخاذ قرارات مستندة إلى البيانات.
- إعداد تقارير الأداء وتقديمها.
- التنبؤ باحتياجات العملاء المستقبلية.

والتطوير المستمر الوحدة الخامسة: بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل

- غرس قيم خدمة العملاء في ثقافة الشركة.
- تمكين فرق خدمة العملاء.
- برامج التدريب والتطوير المستمر لأعضاء الفريق.
- تحفيز الموظفين على تقديم أفضل ما لديهم.
- العملاء: التعلم من أفضل الممارسات العالمية في خدمة
- التكيف مع التغييرات في بيئة خدمة العملاء.
- ضمان الاستدامة في التميز بخدمة العملاء.

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:

بالضغط المستمر؟ تحقيق أهداف الأداء الصارمة وبين الحفاظ على رفاهية كيف يمكن لقائد فريق خدمة العملاء أن يوازن بين أعضاء فريقه في بيئة عمل تتسم

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



الأساسية. تقدم الدورة القيادية والاستراتيجية لخدمة العملاء، متجاوزة تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على الجوانب
يضمن أن يكتسب المشاركون ليس فقط رؤى عملية وأمثلة حقيقية مستمدة من تجارب الشركات مجرد التدريب على المهارات
إلى فرص، في سياقاتهم الخاصة. يتم التركيز على كيفية بناء المعرفة النظرية، بل القدرة على تطبيقها بفعالية الرائدة، مما
كما تتميز بتصميمها التفاعلي وتحقيق ولاء العملاء على المدى الطويل من خلال ثقافة خدمة عملاء قوية، وتحويل التحديات
وتقديم تغذية راجعة شخصية لضمان أقصى الذي يشجع على المشاركة النشطة وتبادل الخبرات بين قيادة ملهمة وفعالة.
بل لتعليم "كيف" تفعل ذلك ببراعة، مستلهمة من أحدث استفادة، إنها ليست مجرد دورة لتعليم "ماذا" تفعل، المشاركين،
العملاء، لتقديم محتوى ثري وعميق يلامس جوهر التميز في خدمة الأبحاث والدراسات الأكاديمية في هذا المجال