



الدورة التدريبية: قياس وتحليل رضا العملاء ومؤشرات الأداء الرئيسية لتحقيق التميز المؤسسي

Ref: #CUS8071



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

مؤشرات الأداء الرئيسية التدريبية المتخصصة التي تتناول بعمق مفاهيم قياس يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة فهم توقعات العملاء وتلبية احتياجاتهم في تحقيق التميز المؤسسي. في عالم الأعمال المعاصر، وتحليل رضا العملاء وأهمية مع عملائها، هذه الدورة الأطر النظرية والتطبيقات العملية التي المتغيرة حجر الزاوية للنجاح والاستدامة. تستكشف أصبح رواد الفكر في هذا المجال مثل وتحويل التحديات إلى فرص للنمو. تستلهم الدورة تمكن المؤسسات من بناء علاقات قوية على أهمية التركيز على العملاء كاستراتيجية أساسية البروفيسور فيليب كوتلر Philip Kotler، الذي أكد رؤاها من أعمال لاستخلاص رؤى قابلة والتقنيات اللازمة لجمع البيانات الدقيقة حول رضا لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. سنتناول الأدوات العملاء الفعالة، وتحليل البيانات الكمية للتنفيذ. سيتعلم المشاركون كيفية تصميم استبيانات العملاء، وتحليلها بشكل فعال الدورة على تقديم التي تعكس بوضوح مستوى رضا العملاء وتأثيرها على والنوعية، وتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية ((KPIs) رضا والنمو المستقبلي للمؤسسة. تم تصميم هذا منظور شامل يربط بين رضا العملاء والأداء المالي، الأداء العام للمؤسسة. تركز الحيوي المحترفين الذين يسعون لتعميق فهمهم وتحسين المحتوى ليناسب مختلف المستويات، من المبتدئين إلى والولاء، مهاراتهم في هذا المجال



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء خدمة العملاء.
- مدراء التسويق والمبيعات.
- المحللون الاستراتيجيون.
- أخصائيو تجربة العملاء.
- الموظفون في أقسام الجودة وتحسين الأداء.
- أصحاب الأعمال والمدراء التنفيذيون.
- مستشارو الأعمال.
- مدراء المشاريع.
- مسؤولو العلاقات العامة.
- مسؤولو تطوير المنتجات والخدمات.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية والبنوك.
- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- القطاع الحكومي والهيئات العامة وما في حكمها.
- قطاع الرعاية الصحية والمستشفيات.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- قطاع التعليم والتدريب.
- قطاع التصنيع والإنتاج.
- قطاع النقل واللوجستيات.
- قطاع العقارات.



الأقسام المؤسسة المستهدفة:

- إدارة خدمة العملاء
- إدارة التسويق
- إدارة المبيعات
- إدارة الجودة
- إدارة تطوير المنتجات
- إدارة العمليات
- إدارة الاستراتيجية
- إدارة الموارد البشرية
- إدارة البحوث والتطوير
- إدارة الشكاوى

أهداف الدورة التدريبية:

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



- تصميم وتنفيذ استبيانات رضا العملاء الفعالة.
- تحليل بيانات رضا العملاء الكمية والنوعية بدقة.
- المتعلقة برضا العملاء، تحديد وتطوير مؤشرات الأداء الرئيسية ((KPIs))
- ربط نتائج رضا العملاء بالأداء المالي للمؤسسة.
- ولأنهم، تطوير استراتيجيات لتحسين تجربة العملاء وزيادة
- استخدام أدوات وتقنيات متقدمة لقياس وتحليل الرضا.
- تفسير بيانات الرضا لاتخاذ قرارات عمل مستنيرة.
- الأعمال، بناء نماذج لقياس تأثير تحسين الرضا على نمو
- العليا، تقديم تقارير فعالة عن مستويات رضا العملاء للإدارة
- تحديد فرص التحسين المستمر في رحلة العميل.

منهجية الدورة التدريبية:



المنهجية مزيجاً من التدريبية على منهجية شاملة وتفاعلية تضمن تحقيق يعتمد Big Ben Training Center في هذه الدورة رضا العملاء، مع التركيز على المفاهيم المحاضرات التفاعلية التي يقدمها خبراء في مجال أقصى استفادة للمشاركين. تتضمن مما من دراسات الحالة الواقعية التي تمكن المشاركين من الأساسية وأحدث التطورات. كما تشمل الدورة العديد قياس وتحليل الجماعي، حيث يتاح يعزز فهمهم للمشكلات الحقيقية وكيفية معالجتها. يتم تطبيق المعرفة النظرية على سيناريوهات عملية، مما يثري النقاش ويسهم في بناء للمشاركين فرصة للتعاون وحل المشكلات سوياً وتبادل تخصيص جزء كبيراً من الوقت للعمل تتضمن تعارين عملية ومناقشات مفتوحة، مما يشجع على مجتمع تعلم ديناميكي. يتم توفير جلسات تفاعلية الخبرات والأفكار، وتحديد نقاط القوة يتم تقديم تغذية راجعة منتظمة وفردية للمشاركين المشاركة الفعالة وطرح الأسئلة. بالإضافة إلى ذلك، بالمهارات العملية والمعرفة ومجالات التحسين. هذه المنهجية المتكاملة تهدف إلى لمساعدتهم على تتبع تقدمهم مؤسساتهم العميقة اللازمة لإحداث تأثير إيجابي ومستدام في تزويد المشاركين

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الاستراتيجية الوحدة الأولى: أساسيات رضا العملاء وأهميته



- مفهوم رضا العملاء وتطوره التاريخي.
- أهمية رضا العملاء في بيئة الأعمال التنافسية.
- الصلة بين رضا العملاء وولاء العملاء.
- تأثير رضا العملاء على الأداء المالي للمؤسسة.
- توقعات العملاء وكيفية إدارتها.
- مكونات تجربة العميل الشاملة.
- أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم.

الوحدة الثانية: أدوات وتقنيات قياس رضا العملاء

- تصميم استبيانات رضا العملاء الفعالة.
- التركيز: طرق جمع البيانات: الاستبيانات، المقابلات، مجموعات
- مؤشر صافي نقاط الترويج (NPS).
- مؤشر جهد العميل (CES).
- مؤشر رضا العملاء (CSAT).
- الاستماع الاجتماعي وتحليل المشاعر.
- ملاحظات العملاء المباشرة وغير المباشرة.

الوحدة الثالثة: تحليل بيانات رضا العملاء وتفسيرها

- مقدمة في تحليل البيانات الكمية والنوعية.
- استخدام الإحصاءات الوصفية في تحليل الرضا.
- تحليل الانحدار لتحديد العوامل المؤثرة في الرضا.
- تحليل المحتوى للبيانات النوعية.
- تحديد نقاط الألم وفرص التحسين.
- تفسير النتائج لاتخاذ قرارات استراتيجية.
- الأداء: إنشاء لوحات معلومات (Dashboards) لمؤشرات



لرضا العملاء الوحدة الرابعة: مؤشرات الأداء الرئيسية ((KPIs))

- تعريف مؤشرات الأداء الرئيسية وأهميتها.
- تصميم مؤشرات أداء رئيسية قابلة للقياس والتتبع.
- ربط مؤشرات الأداء الرئيسية بأهداف العمل.
- مراقبة الأداء وتحديد الانحرافات.
- أمثلة على مؤشرات الأداء الرئيسية المتعلقة بالرضا.
- تحديات قياس مؤشرات الأداء وكيفية التغلب عليها.
- تحسين مؤشرات الأداء بشكل مستمر.

وتجربتهم الوحدة الخامسة: استراتيجيات تحسين رضا العملاء

- تطوير استراتيجيات مستندة إلى بيانات الرضا.
- تحسين رحلة العميل بناءً على الرؤى المستخلصة.
- دور التكنولوجيا في تعزيز تجربة العميل.
- إلى مؤيدينا إدارة الشكاوى بفعالية لتحويل العملاء غير الراضين
- بناء ثقافة تتمحور حول العميل داخل المؤسسة.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) لتحسين الرضا.
- دراسات حالة وتطبيقات عملية.

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



العدة 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:

عن الأسباب الجذرية لعدم الرئية الرئيسية لرضا العملاء لا تقيس فقط الاستجابات كيف يمكن للمؤسسة أن تضمن أن مؤشرات الأداء الرضا وتوجه نحو حلول استباقية ومستدامة؟ الإيجابية، بل تكشف أيضاً

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



تزويد المشاركين في تناول قياس وتحليل رضا العملاء ومؤشرات الأداء تتميز هذه الدورة التدريبية بنهجها الشامل والعملي خلافاً للعديد من الدورات التي تركز فقط بالمعرفة والأدوات اللازمة لتحقيق تأثير ملموس في الرئيسية، مع التركيز على هذه الدورة تقدم رؤى عميقة مبنية على أحدث الأبحاث على الجوانب النظرية أو استخدام أدوات معينة، فإن مؤسساتهم. المكتسبة مباشرة على الأمثلة العملية ودراسات الحالة الواقعية التي الأكاديمية وأفضل الممارسات الصناعية. نسلط الضوء مبتكرة للمشكلات المتعلقة في بيئة عملهم، مما يعزز فهمهم للمفاهيم المعقدة تمكن المشاركين من تطبيق المفاهيم والمنصات، وبدلاً من ذلك، نركز على كيفية استخلاص برضا العملاء. نبتعد عن مجرد تعداد الأدوات ويساعدكم على تطوير حلول بعناية ليكون إلى استراتيجيات قابلة للتنفيذ لتحسين تجربة العميل الرؤى القيمة من البيانات وكيفية ترجمة هذه الرؤى صارم يضمن دقة وشمولية المعلومات ملائمةً لمختلف القطاعات والصناعات، مع تقديم وزيادة الولاء. يتم تصميم المحتوى يسعى للتميز في هذا المجال المقدم، مما يجعلها استثماراً قيماً لأي متخصص منظور أكاديمي