



## التجربة الصحية الدورة التدريبية: إدارة تجربة العملاء بقطاع

Ref: #CUS5592



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة





لإدارة تجربة العملاء في قطاع التدريبية المتخصصة لتزويد المشاركين بالمعرفة يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة خدمة فريدة تتطلب نهجاً دقيقاً يجمع بين الرعاية الصحية التجزئة الصحية بفاعلية. يواجه هذا القطاع تحديات والمهارات اللازمة وولاء العملاء في الرعاية العملاء في الصيدليات، إدارة شكاوى المرضى، تحسين والتجارة. تتناول الدورة أعمق المفاهيم في مع العملاء، فهم احتياجات العملاء في قطاع الصحية. يستكشف المشاركون كيفية بناء علاقات قوية تجربة المتسوق الصحي، الدورة الضوء على بيئة التجزئة. من خلال التركيز على رضا العملاء في الأدوية، وتقديم رعاية صحية متمحورة حول المريض ضمن تتناول الدورة كذلك مفاهيم تسويق أهمية التواصل الفعال مع المريض وأخلاقيات خدمة المستشفيات والصيدليات، تسلط والابتكار في تقديم الخدمات الصحية. تهدف الدورة الرعاية الصحية، التحول الرقمي في خدمة المرضى، العملاء الصحية. في هذا المجال، مثل تضمن جودة الخدمة الصحية وتجاوز توقعات العملاء. إلى تمكين المتدربين من تصميم وتنفيذ استراتيجيات الخدمة في الرعاية الصحية، والتي تؤكد أبحاث البروفيسور Leonard Berry (ليونارد بيرري) كما سيتم استعراض أعمال رائدة استثنائية. تهدف الدورة إلى سد الفجوة بين المعرفة على أهمية الجوانب غير الملموسة في بناء تجربة عميل حول جودة التنافسية النظرية والتطبيق العملي في بيئة التجزئة الصحية



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء المبيعات في الصيدليات والمراكز الصحية.
- مسؤولو خدمة العملاء في المستشفيات والعيادات.
- أخصائيو تجربة المريض.
- أصحاب الأعمال في قطاع التجزئة الصحية.
- المشرفون على فرق خدمة العملاء في القطاع الصحي.
- ممثلو المبيعات الطبية.
- الموظفون الإداريون في المؤسسات الصحية.
- المهتمون بتطوير مهاراتهم في خدمة العملاء الصحية.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الصيدليات.
- المستشفيات والعيادات الخاصة.
- مراكز الرعاية الصحية الأولية.
- شركات توزيع الأدوية والمستلزمات الطبية.
- شركات التأمين الصحي.
- والجمالية. متاجر التجزئة المتخصصة في المنتجات الصحية
- الجهات الحكومية والهيئات التنظيمية في قطاع الصحة.
- الصحية. المؤسسات الأكاديمية والبحثية ذات الصلة بالرعاية

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- قسم خدمة العملاء
- قسم العمليات
- قسم المبيعات والتسويق
- قسم إدارة الجودة
- قسم التدريب والتطوير
- قسم العلاقات العامة
- قسم إدارة تجربة المريض
- قسم الموارد البشرية

## أهداف الدورة التدريبية:

- أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد
- التجزئة الصحية: تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العملاء في
  - إدارة توقعات العملاء وتقديم رعاية صحية متميزة
  - التعامل مع شكاوى العملاء في القطاع الصحي بمهنية
  - بناء ولاء العملاء وتعزيز رضا المرضى
  - والمستشفيات: تطبيق أفضل ممارسات خدمة العملاء في الصيدليات
  - لها: فهم احتياجات العملاء الصحية المتغيرة والاستجابة
  - تطوير مهارات التواصل الفعال مع المرضى والعملاء
  - وتحليل البيانات: استخدام التقنيات الحديثة لتتبع تجربة العميل
  - تصميم برامج تحفيز العملاء في بيئة الرعاية الصحية
  - خدمة عملاء متميزة: تعزيز السمعة الإيجابية للمؤسسات الصحية من خلال

## منهجية الدورة التدريبية:



تجمع المنهجية بين التدريبية على منهجية شاملة وتفاعلية تهدف إلى يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة في الرعاية الصحية وبين التطبيقات الشرح النظري المفصل للمفاهيم الأساسية في إدارة تحقيق أقصى استفادة للمشاركين. الواقعية التي تمثل تحديات وفرصاً حقيقية في قطاع العملية المكثفة. سيتم التركيز على دراسات الحالة تجربة العملاء تهدف إلى تبادل المخلتلفة واقتراح الحلول. سيتم تشجيع العمل الجماعي التجزئة الصحية مما يتيح للمشاركين تحليل المواقف مكثفة تشمل المناقشات المفتوحة، الخبرات وبناء مهارات حل المشكلات. تتضمن الدورة من خلال ورش عمل ومشاريع تعاونية المشاركين سيناريوهات التواصل مع العملاء والمرضى. يتم توفير العروض التقديمية، ولعب الأدوار لمحاكاة جلسات تفاعلية تزويد المشاركين بالأدوات وتوجيههم نحو تحسين أدائهم في خدمة العملاء الصحية. تغذية راجعة بناءة ومستمرة لتقييم تقدم علاقات مستدامة في هذا القطاع الحيوي. لن يتم تضمين والتقنيات اللازمة لتحسين رضا العملاء وبناء تهدف المنهجية إلى BIG BEN Training Center التركيز الكامل على المحتوى المقدم من روابط أو أسماء منصات أو شركات تدريب أخرى، لضمان

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الصحة. الوحدة الأولى: أسس تجربة العملاء في التجزئة



- فهم مفهوم تجربة العميل وأهميته في القطاع الصحي<sup>١</sup>
- الفرق بين خدمة العملاء وتجربة العميل<sup>١</sup>
- الصحة<sup>١</sup> تحديات وفرص التعامل مع العملاء في تجارة التجزئة
- نماذج قياس تجربة العميل: NPS<sup>١</sup>, CSAT<sup>١</sup>, CES<sup>١</sup>
- العميل<sup>١</sup> تأثير التحول الرقمي في خدمة المرضى على تجربة
- أهمية أخلاقيات خدمة العملاء الصحية<sup>١</sup>
- تحديد توقعات العملاء في قطاع الرعاية الصحية<sup>١</sup>

## الوحدة الثانية: فهم العميل الصحي وبناء العلاقات<sup>١</sup>

- الصحة<sup>١</sup> تحليل احتياجات العملاء في قطاع الأدوية والمنتجات
- معهم<sup>١</sup> أنواع العملاء في التجزئة الصحية وكيفية التعامل
- مهارات التواصل الفعال مع المريض وأسرته<sup>١</sup>
- بناء الثقة والتعاطف مع العملاء<sup>١</sup>
- الاستماع الفعال وأهميته في خدمة العملاء الصحية<sup>١</sup>
- الطويل<sup>١</sup> كيفية بناء علاقات قوية مع العملاء على المدى
- تطوير فهم عميق لدوافع وسلوكيات المستهلك الصحي<sup>١</sup>

## التجزئة الصحية<sup>١</sup> الوحدة الثالثة: إدارة الجودة والشكاوى في بيئة

- معايير جودة الخدمة الصحية وتطبيقها في التجزئة<sup>١</sup>
- إدارة شكاوى المرضى والعملاء بفاعلية<sup>١</sup>
- الصحي<sup>١</sup> تحويل الشكاوى إلى فرص لتحسين تجربة المتسوق
- حل النزاعات بأسلوب مهني وأخلاقي<sup>١</sup>
- منها<sup>١</sup> أهمية التغذية الراجعة من العملاء وكيفية الاستفادة
- والاستبدال<sup>١</sup> تطوير سياسات وإجراءات واضحة للتعامل مع المرتجعات
- تحليل الأسباب الجذرية للشكاوى المتكررة<sup>١</sup>



## وولاء العملاء<sup>١</sup>: الوحدة الرابعة: استراتيجيات تحسين تجربة العميل

- تصميم رحلة العميل في الصيدليات والمؤسسات الصحية<sup>١</sup>.
- المريض<sup>١</sup>: دور الموظفين في تقديم رعاية صحية متمحورة حول
- برامج ولاء العملاء في الرعاية الصحية وفوائدها<sup>١</sup>.
- استخدام التكنولوجيا لتتبع تجربة العميل وتحسينها<sup>١</sup>.
- تسويق الرعاية الصحية الموجه لتجربة العميل<sup>١</sup>.
- استراتيجيات تحفيز العملاء وبناء الانتماء<sup>١</sup>.
- تمييز التجربة<sup>١</sup>: الاستفادة من الابتكار في تقديم الخدمات الصحية

## الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير الكفاءات<sup>١</sup>

- الصيدليات<sup>١</sup>: مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لخدمة العملاء في
- تقييم رضا العملاء في المستشفيات والمراكز الصحية<sup>١</sup>.
- الصحة<sup>١</sup>: تدريب وتطوير فريق العمل على مهارات خدمة العملاء
- بناء ثقافة مؤسسية تركز على العميل<sup>١</sup>.
- التعامل مع المواقف الصعبة وتخفيف التوتر<sup>١</sup>.
- التطوير المستمر لاستراتيجيات تجربة العميل<sup>١</sup>.
- في التجزئة الصحية<sup>١</sup>: التنبؤ بالتحديات المستقبلية في التعامل مع العملاء

## الأسئلة المتكررة<sup>١</sup>:

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

لا توجد شروط مسبقة<sup>١</sup>.

### 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:

الاعتبار الطبيعة بين الكفاءة التشغيلية العالية وتقديم تجربة عملاء كيف يمكن للمؤسسات الصحية في بيئة التجزئة أن توازن الحساسية للرعاية الصحية؟ استثنائية وشخصية، مع الأخذ في

### ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



فهمًا فريدًا لخصوصية والعميق على إدارة تجربة العملاء في قطاع التجزئة تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها المتخصص التي والمتسوقين. خلافاً للدورات العامة، تقدم هذه الرعاية الصحية والاحتياجات الدقيقة للمرضى الصحية، وهو مجال يتطلب على الأمثلة العملية ودراسات تواجهها الصيدليات، المستشفيات، ومراكز الرعاية الدورة رؤى عملية ومصممة خصيصاً للتحديات بناء المفاهيم المكتسبة مباشرة في بيئات عملهم، بدلاً من الحالة الواقعية التي تمكن المشاركين من تطبيق الصحية. نحن نركز صحة متمحورة حول ولاء العملاء في الرعاية الصحية، التعامل مع شكاوى مجرداً سرد الأدوات. يتمحور المحتوى حول كيفية تعتمد الدورة على لغة أكاديمية رصينة المريض بشكل يضمن رضا العملاء في المستشفيات المرضى بفاعلية، وتقديم رعاية بأن فهم مثالية للمهنيين الذين يسعون لتعميق معرفتهم مع الحفاظ على سهولة الفهم والتطبيق، مما يجعلها والصيدليات. النجاح، وهذه الدورة تقدم احتياجات العملاء في قطاع الأدوية والتحول الرقمي وكفاءتهم في هذا المجال الحيوي. نحن نؤمن خارطة طريق واضحة لتحقيق ذلك في خدمة المرضى هو مفتاح