



والتحفيز الدورة التدريبية: بناء فرق خدمة عملاء استثنائية: مؤشرات الأداء

Ref: #CUS2750



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

اليوم، ففرق خدمة العملاء العملاء وتحقيق النمو المستدام للمؤسسات في بيئة تُعد خدمة العملاء حجر الزاوية في بناء ولاء التجارية ومحركات رئيسية للرضا والاحتفاظ بالعملاء. الفعالة ليست مجرد نقطة اتصال، بل هي سفراء للعلامة الأعمال التنافسية فهم أعمق لمؤشرات نهجاً شاملاً ومتكاملاً لتحسين أداء فرق BIG BEN Training Center تقدم هذه الدورة التدريبية من المبتكرة. نغوص في أحدث النظريات والممارسات، الأداء الرئيسية (KPIs) وأساليب التحفيز خدمة العملاء، مع التركيز على من بناء فرق (ليونارد إل. بيرري) الذي أسهم بشكل كبير في Berry مستفيدين من رؤى خبراء مثل البروفيسور Leonard L. المهارات اللازمة لتحديد الأهداف خدمة عملاء قادرة على تقديم تجارب استثنائية. تركز مجال جودة الخدمة، لتمكين المشاركين الدورة تُعزز من إنتاجية الموظفين ورضاهم الوظيفي، الذكية، وقياس الأداء بدقة، وتصميم برامج تحفيزية الدورة على تطوير إلى فرص لتعزيز العلاقة استراتيجيات التعامل مع التحديات الشائعة في خدمة وبالتالي تزيد من ولاء العملاء. كما تتناول مع العملاء، مما يضمن تميزاً مستمراً في الأداء، وتحويل الشكاوى

لأالفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة



- مديرو خدمة العملاء
- مشرفو فرق خدمة العملاء
- قادة الفرق
- مديرو العمليات
- مديرو رضا العملاء
- مديرو علاقات العملاء
- أخصائيو تحسين تجربة العملاء
- مديرو التدريب والتطوير
- مديرو الموارد البشرية
- رواد الأعمال
- أصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة
- المهتمون بتحسين أداء فرق الدعم الفني

القطاعات والصناعات المستهدفة:



- الخدمات المالية والبنوك
- التجزئة والتجارة الإلكترونية
- الاتصالات وتقنية المعلومات
- الرعاية الصحية والمستشفيات
- الضيافة والسياحة
- القطاع الحكومي والهيئات العامة
- النقل واللوجستيات
- التعليم والتدريب
- الخدمات المهنية والاستشارية
- العقارات
- الصناعات التحويلية
- الاستشارات الإدارية

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة خدمة العملاء
- إدارة العمليات
- إدارة الموارد البشرية
- إدارة الجودة
- إدارة التدريب والتطوير
- إدارة المبيعات والتسويق
- إدارة علاقات العملاء ((CRM))
- إدارة تجربة العملاء ((CX))

أهداف الدورة التدريبية:



أَتقن المهارات التالية:١٠ بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- العملاء:١ تصميم مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) فعالة لفرق خدمة
- العملاء:١ تحليل بيانات الأداء لتحديد فرص التحسين في خدمة
- ورضا موظفي خدمة العملاء:١ تطوير استراتيجيات تحفيز مبتكرة لزيادة إنتاجية
- والتطوير المستمر:١ بناء فرق خدمة عملاء عالية الأداء من خلال التدريب
- إدارة تحديات خدمة العملاء المعقدة بفاعلية:١
- المختلفة:١ تحسين تجربة العملاء الشاملة عبر نقاط الاتصال
- العملاء:١ تطبيق أفضل الممارسات العالمية في إدارة خدمة
- خدمة العملاء:١ قياس العائد على الاستثمار (ROI) لبرامج تحسين
- تعزيز ولاء العملاء والاحتفاظ بهم:١

منهجية الدورة التدريبية:١



إلى أحدث الأبحاث الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع يعتمد BIG BEN Training Center في تقديم هذه المكتسبة بشكل فوري. تتضمن الدراسات، والورش العملية التي تمكن المشاركين من بين المحاضرات النظرية المستندة التركيز العملاء الفعلية، مما يتيح للمتدربين فرصة تحليل المنهجية دراسات حالة واقعية تُحاكي تحديات خدمة تطبيق المفاهيم لتبادل الخبرات والمعارف بين على العمل الجماعي من خلال التمارين التفاعلية المشكلات واقتراح حلول مبتكرة. كما يتم فردية وجماعية، لضمان استيعاب المفاهيم وتحسين المشاركين. تشتمل الدورة على جلسات تغذية راجعة والنقاشات الموجهة، هو تزويد المشاركين بالأدوات تُعزز من المشاركة الفاعلة وتُشجع على التفكير الأداء. نسعى جاهدين لتوفير بيئة تعليمية محفزة إلى فرق استثنائية تُساهم في تحقيق التميز المؤسسي. والتقنيات اللازمة لتحويل فرق خدمة العملاء لديهم النقدي. الهدف

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الأداء الوحدة الأولى: أسس خدمة العملاء المتميزة ومؤشرات



- الاستراتيجية، مفهوم خدمة العملاء الاستثنائية وأهميتها
- عناصر تجربة العملاء الناجحة
- العملاء، أنواع مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في خدمة
- كيفية تحديد مؤشرات الأداء الذكية (SMART KPIs)
- أدوات جمع وتحليل بيانات الأداء
- تحليل الفجوات في أداء خدمة العملاء
- معايير التميز العالمية في خدمة العملاء

الأداء، الوحدة الثانية: بناء فريق خدمة العملاء عالي

- مراحل بناء الفريق وتطويره
- تحديد الكفاءات الأساسية لموظفي خدمة العملاء
- استراتيجيات التوظيف والاختيار الفعالة
- برامج التدريب والتطوير المستمر
- أهمية التغذية الراجعة البناءة
- إدارة الأداء وتقييم الكفاءات
- تطوير خطط المسار الوظيفي لفرق خدمة العملاء

خدمة العملاء، الوحدة الثالثة: استراتيجيات التحفيز الفعال لفرق

- نظريات التحفيز في بيئة العمل
- تصميم برامج تحفيزية غير مالية
- نظم المكافآت والتقدير
- دور القيادة في تحفيز الفرق
- بناء بيئة عمل إيجابية ومحفزة
- التعامل مع الإرهاق الوظيفي وضغوط العمل
- قياس أثر برامج التحفيز على الأداء



التجربة١ الوحدة الرابعة: إدارة تحديات خدمة العملاء وتحسين

- التعامل مع الشكاوى الصعبة والمواقف الحرجة١.
- تحويل الشكاوى إلى فرص لتعزيز الولاء١.
- استراتيجيات الاتصال الفعال مع العملاء١.
- أتمتة خدمة العملاء واستخدام التقنيات الحديثة١.
- تحليل رحلة العميل وتحديد نقاط الاحتكاك١.
- تصميم تجارب عملاء سلسلة ومُرضية١.
- قياس رضا العملاء وولائهم١.

العملاء١ الوحدة الخامسة: القياس والتحسين المستمر في خدمة

- إعداد تقارير الأداء الدورية١.
- استخدام البيانات لاتخاذ قرارات استراتيجية١.
- نماذج التحسين المستمر ((Kaizen, Six Sigma))١.
- إدارة التغيير في فرق خدمة العملاء١.
- بناء ثقافة التحسين المستمر١.
- خدمة العملاء١ قياس العائد على الاستثمار (ROI) لجهود تحسين
- التخطيط للمستقبل في خدمة العملاء١.

الأسئلة المتكررة١:

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

لا توجد شروط مسبقة١.

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:

تتسارع فيه وتيرة العملاء والحفاظ على اللمسة الإنسانية التي تُعزز كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين أتمتة خدمة التكنولوجيا؟ من ولاء العملاء في عالم

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



في مجال خدمة الجوانب العملية والتطبيقية، مع دمج أحدث النظريات تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق على من تطبيقها في سياقاتهم العملية. العملاء. لا نكتفي بتقديم المعلومات، بل نركز على الأكاديمية والممارسات العالمية في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، بالإضافة إلى تقديم رؤى فريدة حول كيفية بناء مؤشرات أداء حقيقية تمكين المشاركين والنقاشات الموجهة التي تُثري التقليدية. نركز على دراسات الحالة الواقعية، استراتيجيات تحفيزاً مبتكرة تتجاوز الأساليب تُسهم وتصميم للتحديات والحلول الممكنة. الهدف هو تزويد التجربة التعليمية وتُعزز من فهم المشاركين والتمارين التفاعلية، مباشر في نجاح المؤسسة. حلول فعالة، وقيادة فرق خدمة عملاء استثنائية تُسهم المشاركين بالقدرة على تحليل المشكلات، بشكل