



العميل الدورة التدريبية: تحويل الشكاوى إلى فرص: منهجية ونموه متكاملة لإدارة ملاحظات العملاء لتعزيز ولاء

Ref: #CUS2400



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

لنمو الأعمال وتعميق التدريب الشاملة التي تركز على تحويل تحدي شكاوى يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة مجرد إزعاج يجب التعامل معه، بل هي كنز من الولاء. في بيئة الأعمال التنافسية اليوم، لم تعد العملاء إلى فرص استراتيجية في العمليات والمنتجات والخدمات. هذه الدورة مصممة المعلومات التي يمكن أن تكشف عن نقاط الضعف الخفية الشكاوى وصولاً إلى تطبيق العملاء، بدءاً من الاستماع النشط وجمع البيانات، لتزويد المشاركين بمنهجية متكاملة لإدارة ملاحظات التي تمكن المؤسسات من بناء ثقافة تتمحور التحسينات المستدامة. نتعمق في أحدث الممارسات مروراً بالتحليل الدقيق، ((CX)) للتحسين وفرصة لبناء علاقات أقوى. سيتم استكشاف حول العميل، حيث يُنظر إلى كل شكاوى على أنها دعوة والنماذج تعتمد الدورة على رؤى وكيف يمكن لملاحظات العملاء أن تكون حجر الزاوية في المفاهيم الأساسية لإدارة تجربة العميل النوعية البروفيسور جاك فولر (Jack Fuller) من جامعة أكاديمية من رواد الفكر في هذا المجال، مثل تصميم تجارب استثنائية. المستفادة من تفاعلات العملاء هارفارد، الذي يشدد على أهمية البيانات

لأالفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة



- مدراء خدمة العملاء
- مشرفو خدمة العملاء
- أخصائيو تجربة العملاء
- مدراء المنتجات
- مدراء العمليات
- مدراء الجودة
- أصحاب الأعمال والمدراء التنفيذيون
- المسؤولون عن رضا العملاء
- المحللون الاستراتيجيون

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الخدمات المالية والبنوك
- الرعاية الصحية
- الاتصالات
- التجزئة والتجارة الإلكترونية
- الضيافة والسياحة
- القطاع الحكومي والهيئات العامة
- النقل والخدمات اللوجستية
- التصنيع
- الخدمات المهنية والاستشارية
- التكنولوجيا والبرمجيات

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تجربة العملاء.
- إدارة العمليات.
- إدارة الجودة.
- إدارة المبيعات والتسويق.
- إدارة تطوير المنتجات والخدمات.
- إدارة الموارد البشرية (للتدريب والتطوير).
- الإدارة العليا.
- قسم الشكاوى والاقتراحات.
- قسم التحليلات والبيانات.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- الشكاوى. تصميم نظام فعال لجمع ملاحظات العملاء وتصنيف
- والأنماط المتكررة. تحليل بيانات الشكاوى لتحديد الأسباب الجذرية
- وتحويلها إلى فرص. تطوير استراتيجيات استباقية للتعامل مع الشكاوى
- الغاضبين. تطبيق مبادئ الاتصال الفعال في التعامل مع العملاء
- بناء ثقافة مؤسسية تتمحور حول العميل.
- وولائهم. قياس أثر تحسين إدارة الشكاوى على رضا العملاء
- استخدام ملاحظات العملاء لتحسين المنتجات والخدمات.
- تحويل تحديات خدمة العملاء إلى نقاط قوة تنافسية.
- الشكاوى. وضع خطط عمل لتحسين تجربة العميل بناءً على
- العملاء. فهم دور التكنولوجيا في أتمتة إدارة ملاحظات



منهجية الدورة التدريبية:

قوية تستعرض منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة تضمن أقصى استفادة يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة متنوعة لتوضيح كيفية تطبيق المفاهيم الأساسية والأطر النظرية، تتبعها دراسات للمشاركين. تبدأ كل وحدة بمقدمة نظرية ورش عمل تفاعلية حيث يشارك المتدربون في هذه المفاهيم عملياً. يتم تشجيع العمل الجماعي من حالة واقعية من صناعات المفتوحة التي لمشكلات حقيقية في إدارة ملاحظات العملاء. يتم تحليل سيناريوهات معقدة وتطوير حلول مبتكرة خلال راجعة فورية من المدرب والمزملء. يتم تتيح للمشاركين طرح الأسئلة، ومشاركة خبراتهم، تخصيص وقت كافٍ للجلسات التفاعلية محاكاة وتحليل البيانات لضمان اكتساب المشاركين للمهارات التركيز على الأدوات والتقنيات الحديثة في جمع وتلقي تغذية بقوالب عملية وأدوات يمكنهم للتعامل مع المواقف الصعبة وتحويلها إلى فرص بناءة. العملية اللازمة. يشمل التدريب تمارين الدورة استخدامها مباشرة في بيئات عملهم بعد انتهاء سيتم تزويد المشاركين

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: فهم الشكاوى كفرص استراتيجية.



- تعريف الشكاوى وأنواعها المختلفة.
- أهمية ملاحظات العملاء في نمو الأعمال.
- الشكاوى: التحول من رد الفعل إلى الاستباقية في إدارة
- الفوائد الاستراتيجية لتحويل الشكاوى إلى فرص.
- التجارية: أثر الشكاوى على ولاء العملاء وسمعة العلامة
- نظرة عامة على دورة حياة الشكاوى.
- أهمية ثقافة تتمحور حول العميل.

العملاء: الوحدة الثانية: بناء نظام فعال لجمع ملاحظات

- قنوات جمع الملاحظات: التقليدية والرقمية.
- تصميم استبيانات فعالة ومجموعات التركيز.
- الشكاوى: أدوات وأنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) لجمع
- أهمية الاستماع النشط والتعاطف في التفاعل الأولي.
- مبادئ توثيق الشكاوى بدقة واكتمال.
- الملاحظات: تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لجمع
- أخلاقيات التعامل مع بيانات العملاء.

الجزئية: الوحدة الثالثة: تحليل الشكاوى لتحديد الأسباب

- تقنيات تحليل بيانات الشكاوى: الكمي والنوعي.
- أدوات تحليل السبب الجذري (Root Cause Analysis).
- تحديد الأنماط والاتجاهات في الشكاوى.
- ربط الشكاوى بتحسينات المنتجات والخدمات.
- استخدام الرؤى المستنبطة لاتخاذ قرارات استراتيجية.
- تقارير وتحليلات الشكاوى: أفضل الممارسات.
- فهم العلاقة بين الشكاوى ورضا العملاء.



وتحويلها لفرص^١ الوحدة الرابعة: استراتيجيات التعامل مع الشكاوى

- تطوير بروتوكولات استجابة فعالة للشكاوى^١
- توقعاتهم^١ تقنيات الاتصال مع العملاء الغاضبين وإدارة
- تحويل الشكاوى الفردية إلى تحسينات نظامية^١
- بناء برامج ولاء تعتمد على تجارب حل الشكاوى^١
- التدريب وتمكين موظفي الخط الأمامي^١
- استراتيجيات استباقية لمنع تكرار الشكاوى^١
- دور التغذية الراجعة في التحسين المستمر^١

العمل^١ الوحدة الخامسة: قياس الأثر وبناء ثقافة تتمحور حول

- (CES) مؤشرات قياس رضا العملاء وولائهم (NPS, CSAT)^١
- الشكاوى^١ قياس العائد على الاستثمار (ROI) من تحسين إدارة
- تطوير ثقافة مؤسسية تقدر ملاحظات العملاء^١
- أفضل الممارسات العالمية في إدارة ملاحظات العملاء^١
- تحديات تطبيق منهجية متكاملة للشكاوى^١
- خطوات بناء خطة عمل لتحسين تجربة العميل^١
- التأمل في رحلة العميل وكيفية تحسين كل نقطة اتصال^١

الأسئلة المتكررة^١:

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

لا توجد شروط مسبقة^١

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:

متجاوزة مجرد يتم حلها فحسب، بل تُستخدم كحافز لتجديد الابتكار كيف يمكن للمؤسسة أن تضمن أن كل شكوى يتم تلقيها لا الاستجابة التشغيلية إلى بناء ميزة تنافسية مستدامة؟ وتحسين العمليات بشكل مستمر،

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



استراتيجية قابلة لا يكتفي بالتعامل مع الشكاوى كحالات فردية، بل تتميز هذه الدورة التدريبية بمنهجها المتكامل الذي من التركيز على الأدوات التقنية فحسب، تتعمق للتحليل والتحويل إلى فرص حقيقية لنمو الأعمال. يركز على تحويلها إلى بيانات نقدم رؤى عملية يمكن المشاركين من فهم الدوافع الكامنة وراء الدورة في الجوانب السلوكية والنفسية للعميل، مما بدلاً الكبرى لانتكاسات خدمة العملاء إلى مستقاة من تجارب عالمية، مع أمثلة واقعية لكيفية الشكاوى وكيفية معالجتها بفعالية. مؤسسية تدعم التحسين المستمر، حيث يصبح كل موظف قصص نجاح ملهمة. تركز الدورة على بناء ثقافة تحويل الشركات من العودة إلى مؤسساتهم العملاء. يتم تزويد المتدربين بأطر عمل قابلة مسؤولاً عن تجربة العميل، وليس فقط فريق خدمة رضا العملاء وولائهم، وتطبيق المبادئ المستفادة لتحقيق نتائج ملموسة في التطبيق مباشرة، مما يمكنهم