



التميز والجودة في خدمة العملاء

خدمة العملاء (والمراجعين) تعرف بأنها تلك العملية التي يتم من خلالها تلبية احتياجات وتوقعات العملاء (والمراجعين) من خلال الارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة وتحقيق التميز فيها ومن خلالها. إذا، فخدمة العملاء هي نقطة الالتقاء بين مقدم الخدمة (شركات التمويل ومن يمثلها) والعميل (المراجع). وفي ظل التغيير السريع والمتسارع في رغبات واحتياجات العملاء (والمراجعين)، تسعى المؤسسات بكافة مجالاته ونوعياتها الى تحسين خدماتهم والى التطوير المستمر في منتجاتها أو إجراءاتها من أجل ضمان تحقيق ليس فقط رضاء العملاء (والمراجعين) بل أيضا من أجل تحقيق التميز والريادة في الأداء.

ومن هنا جاءت أهمية هذا البرنامج الذي يهدف إلى تنمية مهارات المشاركين في تقديم خدمة متميزة للعملاء والعناية الفائقة بهم، والى وفهم أنماطهم المختلفة والكيفية الصحيحة للتعامل معهم، والطرق والأساليب الفعالة لاكتساب رضاءهم عن الخدمة وولاءهم لمقدم الخدمة..

بنهاية هذه الدورة سوف تكون قادر على

- ❖ الامام بالمفاهيم والأساليب الحديثة في خدمة العملاء مثل مفاهيم العميل الداخلي والعميل الخارجي وولاء العملاء
- ❖ تحديد احتياجات العملاء الداخليين والخارجيين، وتقديم خدمات ذات جودة عالية لهم وفقا لاحتياجاتهم
- ❖ تكوين اتجاهات إيجابية نحو العملاء سواء الداخليين منهم أو الخارجيين
- ❖ فهم أبعاد وأهمية التميز في الخدمة واستمرار التميز فيها لتحقيق ولاء العملاء
- ❖ معالجة شكاوى واعتراضات العملاء بكفاءة وفاعلية واستثمارها لتحقيق الفهم الأفضل للعملاء واحتياجاتهم
- ❖ التعامل الفعال مع الأنماط المختلفة من العملاء وتحليل سلوكياتهم وتحديد سيكولوجية التعامل المناسبة لكل نمط سلوكي



تقبل فكرة العميل يقود المنظمة والتعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد في الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي في موقع رئاسة هذا الهرم تبني آلية مبتكرة وفعالة لضمان تحقيق الخدمة المتميزة

محتويات الدورة

المحور الأول: مدخل إلى خدمة العملاء

- ❖ من هو العميل عامة؟ ومن هم عملاءك أنت؟
- ❖ المراجعين والعملاء: الفروق والدلالات
- ❖ أنواع العملاء
- ❖ العملاء الداخليين
- ❖ العملاء الخارجيين
- ❖ ماهية خدمة العميل وأهميتها
- ❖ ماذا يعني العميل للمنظمة؟ وماهي قيمته لك وللمنظمة؟
- ❖ أهداف شركة التمويل في التعامل مع العملاء
- ❖ الحاجات الأساسية للعملاء
- ❖ توقعات العملاء ومخاوفهم
- ❖ مفهوم الخدمة وكيف تختلف عن السلعة

المحور الثاني: التميز في خدمة العملاء

- ❖ مبادئ الخدمة المتميزة للعميل
- ❖ ثقافة الخدمة المتميزة
- ❖ هرم كانو وتقييم مستويات الخدمة للأفراد والمنظمات
- ❖ رضا العملاء أم إسعاد العملاء
- ❖ الولاء والخدمة المتميزة وكيفية الاحتفاظ بالعميل
- ❖ وصايا الخدمة المتميزة للعملاء



- ❖ دور الإدارة في تقديم الخدمة المتميزة
- ❖ دور الموظف في تقديم الخدمة المتميزة
- ❖ أهم العوائق للتميز في خدمة العميل
- ❖ أسباب تدني خدمة العملاء في المنظمات المالية والتمويلية

المحور الثالث: شكاوى واعتراضات العملاء: الكنز المفقود

- ❖ اعتراضات وشكاوى العملاء: التعريف والأهمية
- ❖ لماذا يشكو العميل؟ ولماذا يعترض؟
- ❖ كيف نقيس شكاوى العملاء؟
- ❖ الأساليب الفعالة في التعامل مع اعتراضات وشكاوى العملاء
- ❖ دور الإدارة في التعامل مع شكاوى العملاء
- ❖ دور الموظف في التعامل مع شكاوى العملاء
- ❖ كيف نشجع العملاء على تقديم الشكاوى
- ❖ قواعد عامة في التعامل مع العملاء
- ❖ التعرف على أنماط العملاء المختلفة وكيفية التعامل مع كل نمط
- ❖ نصائح للتعامل الفعال مع الأنماط الصعبة من العملاء

المحور الرابع: المتطلبات التشغيلية لتحقيق التميز في الخدمة

- ❖ وضع معايير للخدمة المتميزة وتوصيلها لأفراد الفريق في القسم
- ❖ المتطلبات التشغيلية للتميز في خدمة العملاء
- ❖ التعرف على تفضيلات وتوقعات العملاء
- ❖ تحديد الشكل الأمثل للخدمة ومعايير الرقابة عليها
- ❖ الحصول على المعلومات المرتدة لتقييم الخدمة وتطويرها
- ❖ الجوانب التي يتم قياسها من خلال المعلومات المرتدة
- ❖ كيف يمكن الحصول على المعلومات المرتدة



الفئة المستهدفة

❖ لجميع الموظفين الذين يتعاملون مع العملاء

لغة الدورة

❖ العربية.

متطلبات حضور الدورة

❖ لا يوجد

مدة الدورة

❖ ٤ أيام تدريبية بواقع ثلاث ساعات يوميا.

رسوم الدورة

❖ وفقا للعرض المالي

هذه الدورة تؤهلك لحضور الدورات التالية

❖ لا يوجد

بإكمال متطلبات الدورة سوف يحصل المتدرب على:

❖ شهادة حضور الدورة

تاريخ انعقاد الدورة

❖ التاريخ المقترح من الاحد ٢٦ فبراير إلى الأربعاء ١ مارس