Scandinavian Academy
Training Center

Mobile | 00966536473335 : Mobile | 00966112695229 : Phone : 00966552365295
info@scandinavianacademy.co : Email | https://scandinavianacademy.co : Web site
المملكة العربية السعودية ـ الرياض ـ حي الخليج ـ شارع الشيخ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن بشر ـ 13223 ـ مكتب رقم 5 | P.O.BOX : 13224

# دورة: إستراتيجية تحقيق رضا العملاء من منظور الجودة الشاملة

| الكود | المدينة | الفندق | بداية التدريب | نهاية التدريب | السعر | لغة الدورة ـ الساعات |
|---|---|---|---|---|---|---|
| QPM-793SA | الخبر | قاعة فندقية | 2027-02-07 | 2027-02-11 | SR 8950 | العربية ـ 25 |

## مقدمة الدورة التدريبية

تعد إدارة علاقات العملاء وخدمة العملاء من المجالات الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر في رضا العملاء وولائهم، وفي قدرة المؤسسة على المحافظة على عملائها الحاليين واستقطاب عملاء جدد.

لم يعد التعامل مع العميل يقتصر على تقديم خدمة أو تنفيذ معاملة، بل أصبح عملية متكاملة تبدأ من فهم احتياجات العميل وتوقعاته، وتمر ببناء علاقة مستمرة معه، وتنتهي بقياس رضاه، ومعالجة شكاواه، وتحسين تجربته مع المؤسسة.

تركز هذه الدورة على الدمج بين مفاهيم إدارة علاقات العملاء، والتميز في تقديم الخدمة، ومهارات الاتصال الفعال، وفهم الأنماط السلوكية للعملاء، وإدارة الشكاوى، وتطبيق مبادئ الجودة الشاملة في خدمة العملاء.

كما تتناول الدورة كيفية بناء قاعدة معلومات فعالة للعملاء، واستخدام البيانات في تحسين الخدمة، وتطوير سياسات التعامل مع العملاء بما يدعم التحول من مجرد رضا العميل إلى ولائه واستمراره في التعامل مع المؤسسة.

## الهدف العام للدورة التدريبية

تهدف هذه الدورة إلى تنمية معارف ومهارات المشاركين في إدارة علاقات العملاء وتقديم خدمة عملاء متميزة، من خلال فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم، وبناء علاقات طويلة الأمد معهم، وتحسين جودة الخدمة، وإدارة الشكاوى والمواقف الصعبة، وتطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة بما يعزز رضا العملاء وولاءهم ويرفع كفاءة الأداء المؤسسي.

## الأهداف التفصيلية للدورة التدريبية

- فهم مفهوم إدارة علاقات العملاء وأهميتها في تحسين الأداء المؤسسي.
- التعرف على طبيعة الخدمة وأركانها وعناصر التميز فيها.
- التمييز بين التسويق التقليدي والتسويق القائم على العلاقة مع العميل.
- فهم التحولات الحديثة في إدارة علاقات العملاء.
- تحليل التحول من رضا العملاء إلى ولائهم.
- فهم التحول من التعاملات الفردية إلى العلاقات طويلة الأمد.
- التعرف على السياسات المختلفة في التعامل مع العملاء.
- تحديد أساليب اكتساب العملاء الجدد والاحتفاظ بالحاليين واستعادة القدامى.
- تحليل العملاء وفق الربحية والولاء والرضا والشكاوى.
- التعرف على العوامل المؤثرة في ولاء العملاء.
- اكتساب مهارات الإنصات الجيد والحديث الفعال.
- تحسين مهارات الاتصال المباشر مع العملاء.
- فهم الأنماط السلوكية المختلفة للعملاء.
- اختيار أسلوب التعامل المناسب مع كل نمط من أنماط العملاء.
- التعرف على تقنيات إدارة علاقات العملاء وأنواعها.
- فهم أنواع البيانات التي تركز عليها إدارة علاقات العملاء.
- بناء قاعدة معلومات فعالة للعملاء.
- إدارة شكاوى العملاء والمواقف الصعبة باحترافية.
- فهم مفهوم إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- التعرف على مبادئ وأبعاد وعناصر إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- تطبيق أدوات وأساليب التحسين المستمر في تطوير خدمة العملاء.

## الفئة المستهدفة من الدورة التدريبية

- موظفو خدمة العملاء.
- موظفو مراكز الاتصال.
- مسؤولو علاقات العملاء.
- مسؤولو تجربة العميل.
- موظفو المبيعات والتسويق.
- مشرفو الصفوف الأمامية.
- مسؤولو الجودة والتميز المؤسسي.
- مدراء الفروع والإدارات المرتبطة بالعملاء.
- العاملون في المؤسسات الحكومية والخاصة الذين يتعاملون مباشرة مع الجمهور أو المستفيدين.
- كل من تتطلب طبيعة عمله التواصل مع العملاء أو تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم.

## المخطط التفصيلي للدورة التدريبية

### الوحدة الأولى: مدخل إلى إدارة علاقات العملاء والتميز في الخدمة

- مفهوم الخدمة وأركانها الأربعة.
- عناصر الخدمة المتميزة.
- أنواع الخدمات التي تقدمها المؤسسة وطبيعتها.
- مفهوم التميز في خدمة العملاء.
- أهمية قطاع العملاء للمؤسسة.
- مفهوم إدارة علاقات العملاء.
- الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق القائم على العلاقة.
- التعريف بالمهام والمفهوم التسويقي الشخصي.

- جوانب المؤسسة ذات العلاقة بالعميل.
- المعرفة بالسوق.
- المعرفة بالذات.
- المعرفة بالعملاء.
- أهمية إدارة علاقات العملاء في تحسين الأداء المؤسسي.
- فوائد إدارة علاقات العملاء وأثرها على استمرارية العلاقة مع العميل.
- حاجة المؤسسة إلى إدارة علاقات العملاء.
- دور العميل في توجيه المؤسسة وتحسين خدماتها.
- مفهوم العميل باعتباره محورًا رئيسيًا في قرارات المؤسسة.

**الوحدة الثانية: فهم العملاء وتحويل الرضا إلى ولاء**

- التحولات الهامة التي أحدثتها إدارة علاقات العملاء.
- التحول من الرضا إلى الولاء.
- التحول من التعاملات إلى العلاقات.
- القواعد الذهبية لتحويل التعاملات إلى علاقات.
- أبعاد وأهمية رضا العملاء.
- قياس رضا العملاء.
- رحلة العميل ومراحل تكوين الرضا المستمر.
- توقعات العملاء من الموظف مقدم الخدمة.
- تحديد احتياجات العملاء.
- الاحتياجات الظاهرة وغير الظاهرة للعملاء.
- تصنيف العملاء وتوصيفهم.
- تقييم العملاء حسب درجة:
  - الربحية.

- الولاء.
- الرضا.
- الشكاوى.
- تكرار التعامل.
- قيمة العلاقة المستقبلية.

- التركيز على ربحية العميل.
- من هو العميل المريح؟
- خطوات التعامل مع العملاء المربحين.
- ولاء العملاء والعوامل المؤثرة فيه.
- محاور القيمة المرتبطة بخصائص المنتجات والخدمات.
- سياسات التعامل مع العملاء:
  - اكتساب العملاء الجدد.
  - الاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
  - استعادة العملاء القدامى.

**الوحدة الثالثة: المهارات السلوكية والاتصالية في التعامل مع العملاء**

- السلوك الإنساني وسيكولوجية التعامل مع العملاء.
- العلاقات التبادلية كأساس لفهم العلاقة مع العملاء.
- كيف ترى نفسك؟
- كيف يراك الآخرون؟
- تقييم الموظف من وجهة نظر العميل.
- مهارات الاتصال بين الموظف والعميل.
- مهارات الإنصات الجيد.
- مهارات الحديث الفعال.

- أسلوب الاتصال بالعملاء.
- الاتصالات الداخلية والخارجية وأثرها في جودة الخدمة.
- الأنماط المختلفة للعملاء.
- الأنماط المختلفة للمتعاملين مع العملاء.
- أساليب التعامل المتميز مع العملاء والمراجعين.
- التعامل الفعال مع العملاء بمختلف الفئات.
- التعامل مع العميل الصعب.
- إدارة المواقف الصعبة أثناء تقديم الخدمة.
- أساليب التغلب على العوائق والمشكلات المصاحبة لعملية تقديم الخدمة.
- تنمية روح المسؤولية لدى الموظفين تجاه العملاء.
- تغيير اتجاهات المشاركين نحو العملاء وفق مبدأ أن العميل يقود المؤسسة.
- الوصايا العشر في التعامل مع العملاء.

**الوحدة الرابعة: تقنيات إدارة علاقات العملاء وبناء قاعدة معلومات العملاء**

- مفهوم تقنيات إدارة علاقات العملاء.
- أنواع تقنيات إدارة علاقات العملاء.
- دور التقنية في تحسين تجربة العميل.
- البيانات التي تركز عليها إدارة علاقات العملاء.
- البيانات الديمغرافية للعملاء.
- البيانات السلوكية للعملاء.
- بيانات الشكاوى.
- بيانات الرضا.
- بيانات الولاء.
- بيانات التعاملات السابقة.

- بيانات المبيعات وسجل العلاقة مع العميل.
- كيفية بناء قاعدة معلومات العملاء.
- مرحلة تحديد المعلومات اللازمة ومصادرها.
- مرحلة الحصول على المعلومات وتبويبها.
- مرحلة تحليل المعلومات والاستفادة منها.
- مرحلة تطوير المعلومات وتحديثها.
- سمات وخصائص قاعدة المعلومات الفعالة:
  - الدقة.
  - الحداثة.
  - التفصيل.
  - سهولة الاستخدام.
  - قابلية التحليل.
  - حماية البيانات.
- موقع إدارة علاقات العملاء في دورة المؤسسة.
- استخدام معلومات العملاء في تحسين القرارات التسويقية والخدمية.
- استخدام بيانات العملاء في تطوير الخدمات.
- أسباب فشل إدارة علاقات العملاء.
- كيفية التغلب على أسباب فشل إدارة علاقات العملاء.

**الوحدة الخامسة: إدارة الشكاوى والجودة الشاملة في خدمة العملاء**

- مفهوم إدارة شكاوى العملاء.
- أهمية شكاوى العملاء في تحسين الخدمة.
- لماذا لا يشتكي بعض العملاء؟
- التعامل مع شكاوى العملاء.

- الخطوات الهامة في حل المشكلات.
- إدارة المواقف الصعبة المرتبطة بالشكاوى.
- التعامل مع العميل الصعب أثناء الشكوى.
- نقل الخبرة داخل المؤسسة بعد معالجة الشكاوى.
- بناء نظام منظم للتعامل مع الشكاوى.
- مفهوم إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- مبادئ إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- أبعاد إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- عناصر إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- استراتيجيات قيادة عملية إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة في خدمة العملاء.
- تطوير مفهوم الجودة الشاملة من تحسين الإنتاجية وتأكيد الجودة إلى إدارة الجودة الشاملة.
- مراحل وخطوات نظم إدارة الجودة الشاملة ودورها في التطوير الإداري.
- الأدوات والأساليب الإدارية في تحسين خدمة العملاء:
  - إعادة هندسة العمليات.
  - إدارة الجودة الشاملة.
  - نظام ISO 9001.
  - دوائر الجودة اليابانية.
  - دوائر رقابة الجودة.
  - منهجية Deming لتحسين الجودة.
- استراتيجيات الجودة الشاملة.
- إدارة الجودة الشاملة كنموذج تطبيقي في خدمة العملاء.
- أثر دوائر الجودة على تحسين جودة الخدمات.
- العلاقة بين الشكاوى وقياس رضا العملاء.

- تقييم وختام البرنامج.

**مركز الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب** يعتمد على أحدث الأساليب العلمية والمهنية في مجالات التدريب وتنمية الموارد البشرية، بهدف رفع كفاءة الأفراد والمؤسسات. يتم تنفيذ البرامج التدريبية وفق منهجية متكاملة تشمل:

- المحاضرات النظرية المدعومة بعروض تقديمية (PowerPoint) ومقاطع مرئية (فيديوهات وأفلام قصيرة).
- التقييم العلمي للمتدربين قبل وبعد البرنامج لقياس مدى التطور والتحصيل العلمي.
- جلسات العصف الذهني وتطبيقات عملية للأدوار من خلال تمثيل المواقف العملية.
- دراسة حالات عملية مصممة خصيصًا لتلائم المادة العلمية وطبيعة عمل المشاركين.
- اختبارات تقييمية تُجرى في نهاية الدورة لتحديد مدى تحقيق الأهداف التدريبية.

يحصل كل مشارك على المادة العلمية والعملية للبرنامج مطبوعة ومحفوظة على CD أو فلاش ميموري، مع تقديم تقارير مفصلة تشمل الحضور والنتائج النهائية مع التقييم العام للبرنامج.

يتم إعداد المادة العلمية للبرامج التدريبية بطريقة احترافية على يد نخبة من الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات والتخصصات. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من مركز الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب .

**أوقات البرامج التدريبية :**

- من الساعة 9:00 صباحًا حتى 2:00 ظهرًا

**البرامج التدريبية تتضمن :**

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.
- جميع الاسعار لا تتضمن 15 % ضريبة القيمة المضافة

Mobile | 00966536473335 : Mobile | 00966112695229 : Phone : 00966552365295
info@scandinavianacademy.co : Email | https://scandinavianacademy.co : Web site
المملكة العربية السعودية ـ الرياض ـ حي الخليج ـ شارع الشيخ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن بشر ـ 13223 ـ مكتب رقم 5 | P.O.BOX : 13224

SCANDINAVIAN ACADEMY

# Scandinavian Academy

## Training Center

00966112695229

info@scandinavianacademy.co

المملكة العربية السعودية - الرياض - حي الخليج - شارع الشيخ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن بشر - 13223 - مكتب رقم 5

Riyadh - Al Khaleej District - Sheikh Abdul Aziz Bin Abdul Rahman Bin Bishr Street - 13223 - Office No. 5