

تحسين تجربة عملائك: كيفية تحقيق تجربة أفضل للعملاء

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM2-103

هدف الكورس

أثناء هذه الدورة، ستتمكن من: ـ فهم أساسيات خدمة العملاء. ـ فهم الحاجة إلى المرونة. ـ تحفيز ثقافة تركز على العميل. ـ تقييم تجربة العملاء الحالية وفهم أين يمكنك تشديد العمليات. ـ تعلم استراتيجيات فعالة لتلبية وتجاوز توقعات العملاء. ـ الاستفادة من قوة الخدمة عبر الإنترنت. ـ فهم علم نفس العملاء وتوقع الاختيارات الصحيحة. ـ وضع استراتيجيات لتحفيز فريقك لإعطاء أولوية لاحتياجات العملاء. ـ كيفية حل الشكاوى بفعالية لتحقيق نتيجة إيجابية. ـ وضع أفكار لخطواتك القادمة لتأمين تجربة العملاء الخاصة بك في المستقبل.

الجمهور

هذا التدريب مثالي لأي شخص في شركتك يحتاج إلى فهم رحلة عملائك الحالية والتحسينات التي يجب إجراؤها. ويشمل ذلك:

- مديرو المشاريع.
- مدراء تجربة العملاء.
- موظفو الدعم/الخط الأمامي.
- وكلاء الميدان.
- مديرو العمليات/المديرون أو كبار الإدارة الذين يبحثون عن تغييرات أوسع في العمليات.
- مديرو الحسابات.
- مدراء قسم خدمة العملاء.
- مدراء رضا العملاء.
- قادة الفريق/المشرفون.
- مديرو التسويق.

منهجية التدريب

تستخدم الدورة أساليب تعليمية مبتكرة ونظريات تنظيمية لضمان استيعاب جميع مستويات مؤسستك، بدءًا من الموظفين في الخطوط الأمامية وصولاً إلى كبار المسؤولين الإداريين.
ستشارك في ندوات تفاعلية وورش عمل تطبيقية، وستتعاون مع أفراد من مختلف القطاعات باستخدام دراسات حالة حقيقية لفهم تجربة العميل.
سيمنحك العمل على المشاريع أدوات ونماذج لتقييم عقلية العميل بدقة، وتبادل أفضل الممارسات، وتكييف أهدافك لتعكس التغيرات في بيئة العملاء.

الملخص

فهم العملاء أمر حاسم لنجاح الشركات. تمنح هذه الدورة فهمًا شاملاً لتوقعات الزبائن وكيفية التفوق بفعالية. ستكتسب المهارات الضرورية لاستغلال إمكانيات فريقك بشكل مثالي لتلبية احتياجات العملاء والحفاظ على تفوقك على المنافسين. من خلال التركيز على متطلبات العملاء، ستعزز خدمتك، مما يؤدي إلى تحسين التقييمات وزيادة معدلات التحويل والاحتفاظ بالزبائن.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

القسم 1: لماذا يجب أن تكون تجربة العميل أولويتك

- طرق لزيادة التحويل والاحتفاظ بالعملاء.
- كيف يوفر العملاء الراضون فرص تسويق مجانية.
- إنشاء ثقافة تركز على العميل.
- المبادئ العشرة لتجربة عميل جيدة.
- فهم الأعمدة الخمسة لاستراتيجيتك الموجهة نحو العميل.

القسم 2: اكتشاف ما يحتاجه عملاؤك

- فكر في جمهورك المستهدف وما الذي يحفزهم.
- معنى قيمة الخدمة
- رسم خريطة رحلة العميل الخاصة بك.
- كيف يفضل عملاؤك أن يتم التواصل معهم؟
- فهم متى يجب التواصل مع عملائك ومتى يحتاجون إلى بعض المساحة.
- التصرف بناءً على الملاحظات ومناقشة التغييرات الخاصة بك.
- إطار عمل إدارة تجربة العميل وعلاقته بأعمالك.

القسم 3: جمهورك المستهدف

- تصنيف العملاء ـ من يشتري منتجاتك؟
- خلق الراحة.
- عادات العملاء وكيفية استخدامها كفرصة تسويقية.
- تحويل تجربة العميل بالتعاون مع العميل.
- تطبيق تقنيات مبتكرة داخل فريقك.

القسم 4: خدمة العملاء عبر القنوات المتعددة ـ ما الأفضل؟

- اختيار الطريقة المناسبة للتواصل (البريد الإلكتروني، المكالمات الهاتفية، الدردشة الحية، وسائل التواصل الاجتماعي).
- استخدام بيانات العملاء للتنبؤ بحركاتهم.
- التوازن بين الرسائل غير المرغوب فيها والقيمة.
- الأتمتة الفعالة التي تبدو شخصية

- هل الروبوتات فعالة؟

القسم 5: حل الشكاوى والتعامل مع العملاء الصعبين

- تقديم ما يتوقعه عملاؤك قبل أن يطلبوا ذلك.
- لماذا المهارات الناعمة مهمة.
- ما الذي يجعل عملية الشكاوى جيدة؟
- حلول وجهاً لوجه ـ لغة الجسد والتعاطف.
- تطوير مهارات فريقك في الاستماع الفعال.
- استخدام الأسئلة الفعالة لفهم عملائك.
- طرق الإقناع والتفاوض والتأثير.

القسم 6: استغلال قوة وسائل التواصل الاجتماعي

- تقديم محتوى مثير لجذب عملائك.
- إنشاء محتوى مدونة مفيد لحل مشكلات عملائك.
- تقديم العروض دون أن تبدو تجارية.
- كيف تطلب من عملائك تقديم مراجعات؟
- الرد على التعليقات السلبية علنًا.

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

شهادات Holistique Training معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم (BAC) وخدمة اعتماد التطوير المهني المستمر (CPD)، كما أنها معتمدة وفق معايير ISO 9001 وISO 21001 وISO 29993.

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة، CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد Holistique Training. التدريب من لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة.

التصنيفات

المبيعات والتسويق, خدمة العملاء والعلاقات العامة, الاتصالات

العلامات

مقالات ذات صلة



ما هي أهمية التعاطف في القيادة؟

في عالم القيادة الحديث، يتزايد الاهتمام بأهمية صفات القائد، ومن بين هذه الصفات الرئيسية تبرز بشكل لافت صفة التعاطف. فالتعاطف لا يقتصر على مجرد مظهر إنساني، بل يمتد ليكون أحد العوامل الحيوية في تحقيق القيادة الفعالة.

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/DTfW3niodhQ?si=A_YkiAIgcAIp1CRa