

استراتيجيات إدارة خدمة العملاء: كيفية تحسين تجربة العميل وزيادة الولاء

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM2-109

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- إنشاء ثقافة تركز على العملاء في جميع أنحاء العمل.
- كسب تأييد أصحاب المصلحة والشركاء فيما يتعلق بعرض خدمة العملاء الخاصة بك.
- فهم كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والأتمتة لتلبية احتياجات العملاء.
- إجراء تغييرات لتلبية احتياجات خدمة العملاء المستقبلية.
- إنشاء خرائط فعالة لرحلة العميل لتعزيز الوصول.
- التعامل مع الشكاوى والملاحظات السلبية بمهارة لاستعادة ثقة العملاء في العمل.
- إدارة موظفي الخط الأمامي لعرض أفضل صورة لشركتك.
- تحسين مهارات التواصل في جميع أنحاء العمل.
- استخدام طرق تواصل متعددة للوصول إلى قاعدة عملاء أكبر.
- إدارة التركيز على العملاء كجزء من بطاقات الأداء باستخدام أهداف SMART.
- التعرف على أهمية كل تفاعل مع العملاء.

الجمهور

تم تصميم هذه الدورة لأي شخص يشارك في تصميم رحلة العميل داخل العمل أو لديه دور في الخط الأمامي ويهتم بفهم :تأثيرات أسلوب تواصله. ستكون هذه الدورة مفيدة بشكل خاص لـ

- أصحاب الأعمال
- المديرين
- مديري خدمة العملاء
- مديري العمليات
- قادة الفرق
- المشرفين
- مديري المشاريع
- المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات
- الموظفين في الخط الأمامي
- مديري الاتصالات

منهجية التدريب

يعتمد هذا الدورة على مجموعة متنوعة من أساليب التعلم للكبار لتعزيز الفهم الكامل والاستيعاب. سيختبر المشاركون مقاطع فيديو وعروض تقديمية تعرض تجارب العملاء الإيجابية والسلبية. سيتم إجراء عمل جماعي لتجميع أفضل رحلة للعميل بناءً على الملاحظات السلبية السابقة بهدف التحسين المستمر.

ستساعد الأنشطة التمثيلية المشاركين في التعامل مع الملاحظات السلبية، وسيتم إجراء تحقيقات وهمية لتحديد الطرق الأكثر ملاءمة واستراتيجية للمضي قدمًا.

الملخص

تُعد خدمة العملاء ضرورية للشركات لضمان ولاء العلامة التجارية وزيادة التحويل. من المحتمل أن تفقد العملاء بدون خدمة عملاء جيدة، وستسبقك سمعتك. معظم العملاء الذين مروا بتجربة سيئة من المرجح أن يشاركوا تجربتهم مع الآخرين. هذا يعني أن تجربة سيئة مع عميل واحد يمكن أن تضر بعملك وتمنع المبيعات من العديد من الأشخاص في المستقبل.
لا تحدث خدمة العملاء الجيدة بشكل عشوائي. يجب عليك التفكير بعناية في استراتيجيتك ورسم مسار رحلة العميل لضمان حصول عملائك على أفضل تجربة. خدمة العملاء ليست مجرد التحدث إلى موظفي الخط الأمامي. إنها أيضًا تتعلق بجعل عملية الشراء سهلة الوصول والتعامل مع المشكلات والشكاوى بسرعة ووفقًا لرضا العميل. حتى إذا كان لدى العميل تجربة سيئة، فإن الحل يمكن أن يعيد ثقته في علامتك التجارية.
لتحقيق أفضل استراتيجية تركز على العميل، تحتاج إلى الحصول على دعم من جميع موظفيك، من الخط الأمامي إلى الإدارة العليا. ستحتاج أيضًا إلى فهم احتياجات عملائك والنظر إلى المستقبل. المجتمع يتغير باستمرار ويصبح أكثر تطلبًا، ومن المهم أن تفهم الشركات ما هو متوقع وتعمل على التحسين المستمر.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Why Customer Service Matters

- How customer service affects the whole business.
- What happens after a negative experience?
- How rectifying errors can change customer opinion.
- The ability to create brand loyalty through service.

Section 2: Delivering World-Class Customer Service

- The benefits of supplying good customer service.
- Customer segmentation.
- Understanding what your customer is asking for.
- Putting yourself in the customer's shoes.
- Creating the WOW factor and generating great reviews.
- Developing a good first impression.

Section 3: Developing Your Communication Styles

- The power of body language and non-verbal communication.
- Learning styles and personality types.
- The 4 customer types.
- Active listening and acting on feedback.
- Your customer's learning style.
- How to achieve the best outcome.
- Telephone vs written communication.

Section 4: How IT Can Help Your Customer Service Offering

- Customer journey mapping.
- How can you improve your experience before your customer needs to contact you?
- Customer interaction before contact.
- Automating your customer service platforms.
- Utilising different types of contact methods.
- Reviewing your accessibility requirements.

Section 5: Benchmarking Against Competitors to Achieve A Higher Level Service.

- Reviewing competitors and what they have to offer.
- Mystery shopping and how to value service.
- Inner and outer customer expectations.
- Your customer care guidelines.
- The policies for written communication.
- Using social media to display your excellent service.

Section 6: Customer Feedback & Constructive Criticism

- Encouraging customer feedback and constructive criticism.
- Ways to reach out to your customers.
- How do you intend to feedback on your changes?
- How to work with difficult or demanding customers.

- The line between requesting and demanding.
- How to be firm with customers when they go too far.
- Recognising when you could have done better and going the extra mile.

Section 7: Continuous Improvement & Future Focus

- Auditing your changes.
- Revisiting project plans to aim for continuous improvement.
- Meeting the demands of customers in the future.
- Strategic customer-focused models to futureproof your business.
- Setting SMART targets.
- Gaining buy-in from your frontline employees.
- Training and development for a customer-focused future.

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

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

خدمة العملاء والعلاقات العامة, القيادة والإدارة, إدارة المشاريع

مقالات ذات صلة



Navigating Customer Service Challenges with Excellence in 2025

Master customer service excellence: boost satisfaction, handle complaints, and personalize .experiences with tech-driven strategies