

أخصائي تجربة العملاء Customer Experience Specialist

مقدمة:

- إزاء التطورات الاقتصادية الأخيرة، وزيادة المنافسة، فإن الشركات تفعل كل ما بإمكانها للصمود في بيئة معادية، وأصبحت الجهود التي بذلتها قبل سنوات لتحسين خدمة العملاء لديها أمراً مبتدلاً، حيث استثمرت مبالغ طائلة في إدارة العلاقة مع العميل CRM؛ لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن العملاء، والتواصل معهم في شكل أفضل. ولكن حالياً بلغت الجهود المطلوبة لتلبية تطلعات المستهلك مرحلة أكثر ارتقاء، حيث يولد مفهوم تجربة العميل ضغوطاً تنافسية جديدة.

أهداف الدورة:

- توضيح أهمية إدارة نظام شكاوى العملاء لتحسين أداء المؤسسة
- تطبيق نظام آراء العملاء والذي من شأنه أن يزيد من رضا العملاء والاحتفاظ بهم
- إدارة كل مرحلة من مراحل التعامل مع الشكاوى من التحضير إلى أن يتم حل الشكاوى ، ويشمل ذلك استلام الشكاوى وتحليلها وتصعيدها ومتابعتها وجميع الاتصالات الداخلية والخارجية
- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية ذات الصلة لتقييم ومراجعة أنظمة الشكاوى
- تقييم الأنظمة الموجودة ومطابقتها مع أفضل المعايير العالمية للتعامل مع الشكاوى

الفئات المستهدفة:

- مدراء نظام شكاوى العملاء والموظفون ومدراء خدمة العملاء وموظفو الأقسام المساندة مثل الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات التي تقدم خدمات إلى الأقسام الأخرى (العملاء الداخليين) في المؤسسة.

محتوى البرنامج :

عوامل تحقيق التميز في خدمة العملاء من خلال قياس جودة الخدمة ومفهومها:

- الذكاء العاطفي ومراحل اكتساب المهارات الاجتماعية
- ما معنى خدمة العملاء وواقعية مفهوم العملاء دائما على حق
- خدمة العملاء بالمفهوم الإداري الحديث ومدى أثر ذلك على إتقان الخدمة
- أهمية الأفعال الرمزية في تنفيذ الخطة الاستراتيجية لجودة العملاء ومدى تقدير المؤسسة للقائمين على التنفيذ
- التأثير النفسي للأوان ومدى رمزية عمليات التسويق على نوعية الخدمة المقدمة
- تضارب وتضافر عمليات التسويق مع خدمة العملاء وأثر ذلك على نجاح المؤسسات
- استقرار المؤسسات وأثر عمليات خدمة العملاء على إدارة الجودة
- مميزات الإدارة الاستراتيجية لخدمة العملاء كوسيلة لدعم التنافسية

معايير النظام والإجراءات لإدارة ومعالجة الشكاوى:

- خلفية عن معايير إدارة الشكاوى
- نموذج آيزو 9001
- آيزو 9001 ومتطلبات إدارة الشكاوى
- العناصر الأساسية لنظام إدارة الشكاوى

الكفاءة والإبداع في عملية إدارة نظم شكاوي العملاء:

- ما المقصود بـ "شكاوى العميل"؟
- المظاهر المبدئية لشكاوى العملاء
- الكفاءة والإبداع في عملية إدارة نظم شكاوي العملاء
- تصميم نظام ملاحظات العملاء لتعزيز الأداء التنظيمي
- تحسين النظام شكاوي العملاء والجمهور وفق معايير عالمية
- التميز في تحويل شكاوي العملاء إلى فرص حقيقية
- تحويل شكاوى العملاء إلى سلاح استراتيجي
- الفروق الجوهرية بين الشكاوي الحقيقية والكاذبة
- مشكلات خدمة العملاء وإستراتيجيات التغلب عليها
- الإحتراف في إدارة نظم الشكاوي الألكترونية والرد على الشكاوي

فن التواصل الفعال والتعامل مع العملاء والتأثير فيهم:

- نقاط أساسية في مفهوم الاتصال
- هل مهارة الإتصال لها تأثير إيجابي مع شكاوى العملاء؟
- فن التحدث عند التعامل مع العميل والإصغاء لشكواه بكل دقة
- تطبيق أفضل الممارسات و القواعد السلوكية للتعامل مع شكاوي العملاء
- قراءة أفكار الآخرين من خلال علم البرمجة اللغوية العصبية
- معرفة ما يجول بخاطر الآخرين من حركة أجسادهم
- الأنماط السلوكية المختلفة من العملاء وكيفية التأثير فيهم؟
- آليات التعامل مع الأنماط الصعبة و طرق التعامل معهم

التعامل الإبداعي مع شكاوى العملاء وتحليل الاعتراضات وكيفية الرد عليها:

- على عمليات رعاية خدمة العملاء وإيجابا العمليات الفنية الإدارية ومدى أثرها سلبا
- مهارات التطوير النفسي والخدمي لفريق رعاية العملاء وأثرها على جودة الخدمة
- عمليات الرقابة والمتابعة وأثرها على تحقيق رضا العملاء
- هل يحتاج العملاء حقا لحل مشاكلهم؟
- أهمية تقديم الرعاية الخدمية للعملاء وأثرها نفسيا على مدى قبول العملاء
- حقيقة العمليات التسويقية وأثرها من حيث الربح والخسارة تتعلق بخدمة عملاء الشركة