

إدارة جودة الخدمات وبناء ولاء ورضا العملاء الفعالة

أهداف الدورة:

سيتملقى المشاركون الكثير من المعلومات المفيدة، وسيتعرف على خطط ونماذج ناجحة وحديثة في مجال ولاء العملاء، في سبيل تحقيق أهداف الدورة التي تتمثل في:

- بناء فهم حقيقي لمفاهيم ولاء العملاء وفقاً للقواعد الحديثة
- التعرف على هيكلية المؤسسات والعملاء والروابط بينهم
- امتلاك مهارة بناء الخطط المناسبة لولاء العملاء
- التعرف على نماذج حديثة ناجحة لبناء ولاء العملاء وتحليل الأداء لمعرفة نقاط القوة والضعف
- كيفية قراءة وتحليل الخطط التسويقية قبل تنفيذها، وكيفية كشف الأخطاء فيها
- التعرف على العوامل الايجابية والسلبية في كل خطة بناء ولاء عملاء
- التعرف على طريقة قيادة فرق العمل في مجال خدمة العملاء
- فهم الجمهور المستهدف، وتكييف الخطط وفقاً لهذا الجمهور

محاو البرنامج:

- تعريف الولاء وأهميته
- التعرف على مفهوم العملاء، خصائصهم، التأثير عليهم، توجهاتهم وأنماطهم
- العملاء الحاليين والعملاء الجدد
- هيكلية البرامج الخدمية في مجال خدمة العملاء
- نماذج الولاء والتسويق والتقييم
- برامج الولاء وكيفية بناءها
- دراسات حالات واقعية من الولاء
- برامج الاحتفاظ بالولاء
- برامج خدمة العملاء وتقييمها وتغييرها وفقاً للولاء
- نماذج من برامج الولاء من كبريات الشركات العالمية
- الولاء والولاء المعاكس
- نظام المكافآت
- قياس معدلات الاحتفاظ بالعملاء
- التعامل مع الموظفين العاملين في مجال خدمة العملاء
- ادارة فرق عمل خدمة العملاء والولاء

الفئات المستهدفة:

- موظفو قسم التسويق وموظفو إدارة علاقات العملاء (CRM) وموظفو أقسام بيانات وأبحاث السوق ومدراء ومشرفو برامج ولاء العملاء ومدراء المنتجات ومدراء الأقسام ومدراء ومشرفو قسم المبيعات ومدراء ومشرفو خدمة العملاء.

محتوى البرنامج:

مفهوم وأبعاد جودة الخدمة المتميزة للمتعاملين بالمؤسسات:

- مفهوم الجودة وأهميتها ومداخل دراستها.
- أبعاد جودة الخدمة بالمؤسسات.
- إدارة الخدمة بالمؤسسات.
- تأثير التميز في خدمة المتعاملين على أداء المؤسسات.
- لماذا تختلف مع متعاملين المؤسسة وتخفق في تقديم خدمة متميزة؟
- أكسير الخدمة المتميزة للمتعاملين بالمؤسسات.
- حالات وتطبيقات عملية

مهارات الإنصات والإتصال والحوار وإعداد التقارير لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات:

- مهارة الإنصات والإستقبال لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات.
- مهارة الإتصال لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات.
- مهارة إدارة الحوار والنقاش لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات.
- مهارة إدارة المقابلات والحديث الفعال لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات.
- مهارة إعداد وكتابة التقارير لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات.
- حالات وتطبيقات عملية

التميز لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسات في متابعة شكاوى المتعاملين أو العملاء وآليات وإقتراحات حلها:

- التميز في إدراك حاجات المتعاملين بالمؤسسة من مقدمي خدمة العملاء أو المتعاملين.
- أبعاد الخدمة المتميزة بالمؤسسة من مقدمي خدمة العملاء أو المتعاملين.
- سلوكيات مقدمي خدمة العملاء أو المتعاملين المتميزين.
- دليل الريادة في خدمة المتعاملين بالمؤسسة.
- شكاوى أو إعتراضات المتعاملين كرد فعل إيجابي للعملاء المرتقبين بالمؤسسة.
- أهم أنواع الشكاوى أو الإعتراضات التي يمكن أن يثيرها عميلك أو متعاملك بالمؤسسة.
- دور مقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسة نحو شكاوى أو إعتراضات العملاء.
- أهم النصائح الموجهة لمقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسة عند الرد على شكاوى أو إعتراضات العملاء.
- الوسائل والخطوات التي يجب أن يتبعها مقدمي خدمة المتعاملين بالمؤسسة في الرد على شكاوى أو إعتراضات العملاء.
- حالات وتطبيقات عملية

المقاييس الرئيسية لولاء العملاء:

- مؤشر رضا العملاء (CSI) ومعدل الاحتفاظ بالعملاء (CRR)
- تأثير الربح المتعلق بمعدل الاحتفاظ بالعملاء CRR
- المدة المتوقعة لولاء العميل
- مؤشر ولاء العملاء

استبيانات رضا العملاء:

- مسوحات رضا العملاء
- المبادئ التوجيهية لاستبيانات العملاء
- مقاييس الاستبيانات المختلفة
- أنواع استبيانات رضا العملاء: الاستبيانات المبنية على أساس التعامل مقابل الاستبيانات المبنية على الصورة
- من وماذا نقيس
- كيف تطلب
- مكونات الولاء
- أهمية التركيبة السكانية

شرائح العملاء:

- الأبعاد المتعلقة بالمواقف والسلوك
- المتغيرات الديموغرافية والاستهلاكية والتجارية
- ملف معلومات العميل
- نمذجة العملاء
- أنواع العملاء في قطاع الأعمال (B2B)

مفتاح ولاء العملاء: القيمة المقترحة للعملاء:

- قيمة المقترحة: التعريف
- لماذا القيمة المقترحة
- بناء القيمة المقترحة
- صياغة القيمة المقترحة
- القيمة المقترحة الفعالة: النتيجة

بناء ولاء العملاء:

- كيفية تعزيز ولاء العملاء
- المنهجية ذات المستويين
- قوانين ولاء العملاء
- برامج ولاء العملاء: الخلفية والمبررات
- برامج ولاء العملاء: ما الذي يجب تجنبه
- أنواع برامج ولاء العملاء
- أسباب تدعو للانضمام إلى برامج ولاء العملاء
- برامج ولاء العملاء المختلفة