



التدريبية: خدمة العملاء في قطاع الاتصالات

الدورة

مايو ٢٠٢٦ - ٢٥

برلين

(للشخص الواحد) € ٤٩٠٠

Ref: #CUS6353\_131985





## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُحوّل المفاهيم النظرية إلى الاتصالات من التعامل الأولي إلى الحل تقدم الدورة التدريبية: إتقان خدمة العملاء في قطاع الفريدة مثل التعامل مع الشكاوى المتكررة، كفاءات عملية. تم تصميم المحتوى لمواجهة تحديات المتكامل منهجية شاملة تجربة SLA العامة للاتصالات (TRA) ستتعلم كيفية تطبيق معايير وإدارة توقعات العملاء، والالتزام بمعايير الهيئة القطاع وتقليل معدل التحويل. تُقدم الدورة عبر العملاء، مع التركيز على رفع معدلات الاحتفاظ ودمج تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين لاتخاذ شركات اتصالات رائدة، وتضمن تطوير مهارات التواصل مركز BIG BEN Training Center دراسات حالة حية من بالعملاء بعرونة، وتعزيز الولاء للعلامة لقرارات استباقية. بنهاية البرنامج، سيتقن المشاركون الفعال، وإدارة الأزمات، وتحليل البيانات التجارية في بيئة تنافسية. حل المشكلات المعقدة

## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- موظفي مراكز الاتصال وخدمة العملاء.
- مشرفي فرق دعم العملاء.
- مدراء أقسام خدمة العملاء.
- ممثلي خدمة العملاء الميدانيين.
- فراد فرق ضمان الجودة.
- مسؤولي علاقات العملاء في شركات الاتصالات.



## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- شركات الاتصالات المتنقلة والثابتة.
- مزودو خدمات الإنترنت (ISPs).
- شركات تقنية المعلومات والاتصالات (ICT).
- الاتصالات. مراكز الاتصال (Call Centers) المتخصصة في قطاع
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة خدمة العملاء ومراكز الاتصال.
- إدارة علاقات العملاء (CRM).
- أقسام ضمان الجودة والتدريب.
- إدارة التسويق والمبيعات.
- فرق إدارة الأزمات والشكاوى.
- إدارة التطوير والتحول الرقمي.

## أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد



- الاتصالات. تطبيق معايير جودة خدمة العملاء وفق متطلبات قطاع
- بفعالية. إدارة الشكاوى المعقدة وحل مشكلات العملاء الغاضبين
- احتياجاتهم. استخدام أنظمة CRM لتحليل بيانات العملاء وتوقع
- التحول. تصميم استراتيجيات احتفاظ بالعملاء لتقليل معدل
- العميل. توظيف تقنيات التواصل Omnichannel لتحسين تجربة
- قياس مؤشرات أداء خدمة العملاء مثل NPS و CSAT.
- الاتصالات. تطبيق معايير الأيزو وأخلاقيات التعامل في سياق

## منهجية الدورة التدريبية:

مع انقطاعات المحاضرات النظرية والتطبيقات العملية. ستشمل جلسات تعتمد الدورة على نموذج تعليمي تفاعلي يجمع بين تحليل دراسات حالة لشركات الخدمة أو شكاوى الفواتير، مما يطور مهارات التفاوض محاكاة لسيناريوهات حقيقية مثل التعامل مبتكرة. جلسات التغذية الراجعة المباشرة ستسهم في اتصالات عالمية، مع تمارين جماعية لتصميم حلول وإدارة الأزمات. سيتم صناعة معتمدين، مع الاتصال لتدريب المشاركين على أدوات CRM الحديثة. صقل الأداء، بينما سُنستخدم أنظمة محاكاة مراكز والذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء. تحديثات مستمرة لمواكبة تأثير تقنيات مثل G0 يُقدم البرنامج عبر خبراء

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الاتصالات الوحدة الأولى: أساسيات خدمة العملاء في قطاع



- فهم خصائص قطاع الاتصالات والتحديات التنظيمية.
- معايير TRA و SLA لخدمة العملاء.
- تحليل دورة حياة العميل في بيئة الاتصالات.
- المعلنة. مهارات الاستماع الفعال وتحديد الاحتياجات غير
- إدارة التوقعات وتوضيح سياسات الخدمة.
- الأخلاقيات المهنية في التعامل مع بيانات العملاء.
- دراسة حالة: تحول شكوى إلى فرصة ولاء.

## الوحدة الثانية: إدارة الشكاوى وتفادي تعييدها

- تصنيف أنواع الشكاوى الشائعة في الاتصالات.
- تقنيات التعامل مع العملاء الغاضبين.
- منهجية AIDT في حل المشكلات.
- معالجة شكاوى الفواتير والخدمات المقطوعة.
- استخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالشكاوى المتكررة.
- تدريبات محاكاة على أنظمة إدارة الشكاوى.
- تقييم تأثير حل الشكاوى على رضا العملاء.

## العملاء الوحدة الثالثة: تطبيقات التكنولوجيا في خدمة

دور أنظمة CRM في إدارة علاقات العملاء.

تكامل قنوات التواصل. Omnichannel.



- استخدام تحليلات البيانات للتنبؤ باحتياجات العملاء.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم العملاء.
- أثر التحول الرقمي على تجربة المستخدم.
- دراسة مقارنة بين أدوات دعم العملاء.
- محاكاة إدارة محادثات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## وقياس الأداء الوحدة الرابعة: استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء

- تحليل أسباب تحول العملاء في قطاع الاتصالات.
- تصميم برامج الولاء للعملاء.
- مؤشرات قياس الأداء KPI مثل NPS و CSAT.
- تقنيات البيع عبر خدمة العملاء.
- التوازن بين الأهداف التجارية ورضا العملاء.
- ورشة عمل: تطوير خطة احتفاظ بالعملاء.
- رائدة. دراسة حالة: نجاح استراتيجيات الاحتفاظ في شركة

## الوحدة الخامسة: التميز في قيادة فرق خدمة العملاء

- معايير اختيار وتدريب موظفي خدمة العملاء.
- تقييم أداء الفرق باستخدام مقاييس الجودة.
- تحفيز الفرق لتحقيق أهداف تجربة العملاء.
- إدارة الأزمات الجماعية وانقطاعات الخدمة.
- تطوير سياسات خدمة العملاء المتوافقة مع الابتكار.
- محاكاة قيادة فريق خلال ذروة الشكاوى.
- بناء خطة تحسين مستمر لخدمة العملاء.

## الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل



• لا توجد شروط مسبقة.

## الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام،  
• ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة

### سؤال للتأمل:

التوقعات المتغيرة الصارمة لقطاع الاتصالات مع توفير تجربة عملاء كيف يمكن موازنة الالتزام بالمعايير التنظيمية  
• باستمرار في البيئة الرقمية المعاصرة؟ شخصية ومبتكرة تفي باحتياجات

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



بمعايير TRA ، ودمج تركيز غير مسبوق على تحدياته الفريدة مثل إدارة تم تصميم هذه الدورة حصرياً لقطاع الاتصالات، مع ذلك، تقدم منهجية "من الصفر إلى الواحد" مسارات التقنيات الناشئة كالذكاء الاصطناعي. علاوةً على شكاوى الفواتير، والالتزام يُشرف على المحتوى خبراء لإدارة الأزمات وقياس الأداء، مدعوماً بدراسات حالة تدريبياً يبدأ بالأساسيات وينتهي بحلول متقدمة الاحتفاظ بالعملاء، مع تحديثات مستمرة صناعة يقدمون رؤى عملية حول تطبيقات Omnichannel من شركات اتصالات عالمية. مما يضمن بيئة تعليمية تفاعلية تشمل Training Center لمواكبة تأثير 0G والتحول الرقمي. مركز BIG BEN واستراتيجيات فرق خدمة العملاء وتعزيز يخلق تجربة تدريبية تحويلية تُترجم المعرفة إلى محاكاة أنظمة CRM وجلسات تغذية راجعة فورية، الولاء المؤسسي. نتائج ملموسة في رفع كفاءة