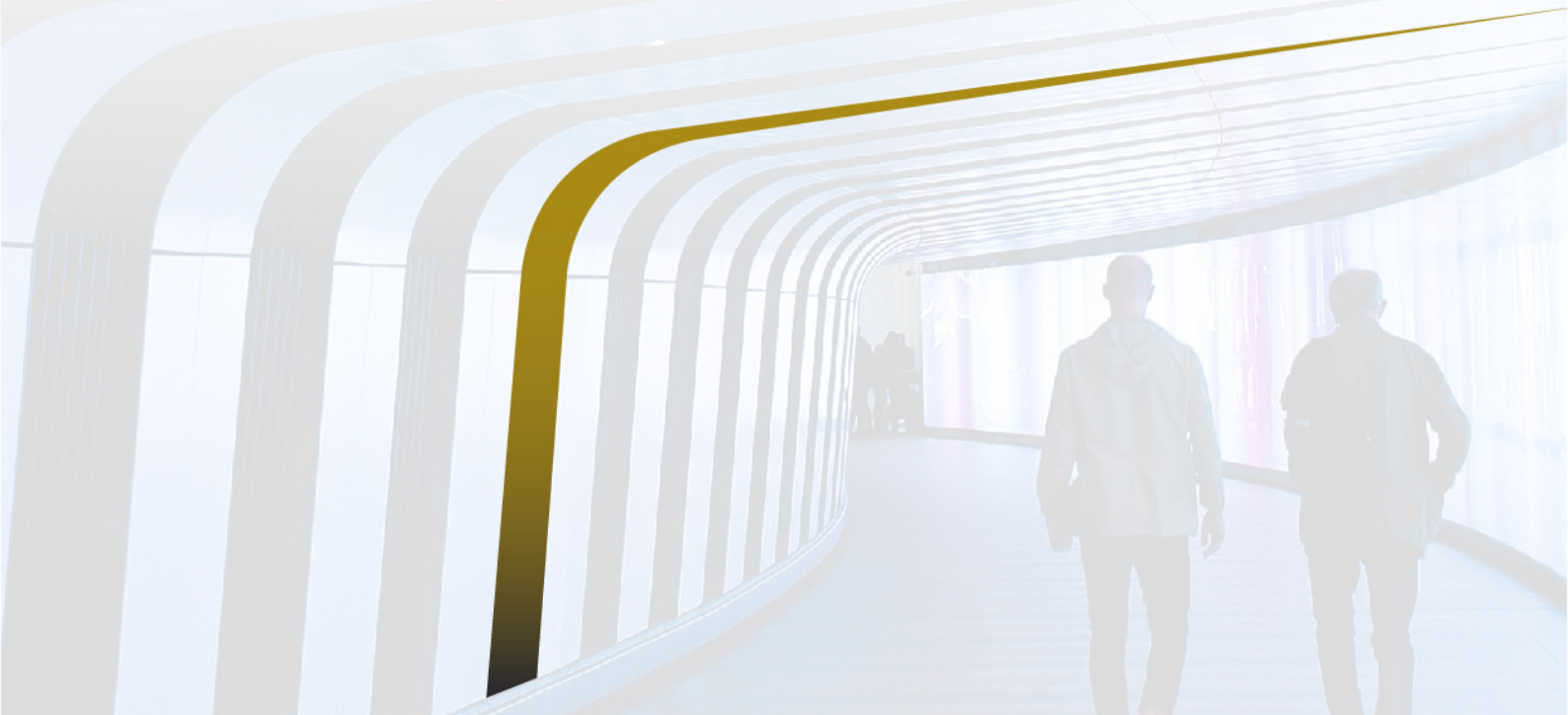
الدورة التدريبية: بناء فرق خدمة عملاء استثنائية: مؤشرات الأداء والتحفيز



28 ديسمبر 2026 - 01 يناير 2027
فيينا
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #CUS2750_373717

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد خدمة العملاء حجر الزاوية في بناء ولاء العملاء وتحقيق النمو المستدام للمؤسسات في بيئة الأعمال التنافسية اليوم. ففرق خدمة العملاء الفعالة ليست مجرد نقطة اتصال، بل هي سفراء للعلامة التجارية ومحركات رئيسية للرضا والاحتفاظ بالعملاء. تقدم هذه الدورة التدريبية من BIG BEN Training Center نهجًا شاملاً ومتكاملًا لتحسين أداء فرق خدمة العملاء، مع التركيز على فهم أعمق لمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) وأساليب التحفيز المبتكرة. نغوص في أحدث النظريات والممارسات، مستفيدين من رؤى خبراء مثل البروفيسور Leonard L. Berry (ليونارد إل. بيري) الذي أسهم بشكل كبير في مجال جودة الخدمة، لتمكين المشاركين من بناء فرق خدمة عملاء قادرة على تقديم تجارب استثنائية. تركز الدورة على تطوير المهارات اللازمة لتحديد الأهداف الذكية، وقياس الأداء بدقة، وتصميم برامج تحفيزية تُعزز من إنتاجية الموظفين ورضاهم الوظيفي، وبالتالي تزيد من ولاء العملاء. كما تتناول الدورة استراتيجيات التعامل مع التحديات الشائعة في خدمة العملاء، وتحويل الشكاوى إلى فرص لتعزيز العلاقة مع العملاء، مما يضمن تميزًا مستمرًا في الأداء.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو خدمة العملاء.
- مشرفو فرق خدمة العملاء.
- قادة الفرق.
- مديرو العمليات.
- مديرو رضا العملاء.
- مديرو علاقات العملاء.
- أخصائيو تحسين تجربة العملاء.
- مديرو التدريب والتطوير.
- مديرو الموارد البشرية.
- رواد الأعمال.
- أصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- المهتمون بتحسين أداء فرق الدعم الفني.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الخدمات المالية والبنوك.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الاتصالات وتقنية المعلومات.
- الرعاية الصحية والمستشفيات.
- الضيافة والسياحة.
- القطاع الحكومي والهيئات العامة.
- النقل واللوجستيات.
- التعليم والتدريب.
- الخدمات المهنية والاستشارية.
- العقارات.
- الصناعات التحويلية.
- الاستشارات الإدارية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة العمليات.
- إدارة الموارد البشرية.
- إدارة الجودة.
- إدارة التدريب والتطوير.
- إدارة المبيعات والتسويق.
- إدارة علاقات العملاء (CRM).
- إدارة تجربة العملاء (CX).

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تصميم مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) فعالة لفرق خدمة العملاء.
- تحليل بيانات الأداء لتحديد فرص التحسين في خدمة العملاء.
- تطوير استراتيجيات تحفيز مبتكرة لزيادة إنتاجية ورضا موظفي خدمة العملاء.
- بناء فرق خدمة عملاء عالية الأداء من خلال التدريب والتطوير المستمر.
- إدارة تحديات خدمة العملاء المعقدة بفاعلية.
- تحسين تجربة العملاء الشاملة عبر نقاط الاتصال المختلفة.
- تطبيق أفضل الممارسات العالمية في إدارة خدمة العملاء.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) لبرامج تحسين خدمة العملاء.
- تعزيز ولاء العملاء والاحتفاظ بهم.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في تقديم هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين المحاضرات النظرية المستندة إلى أحدث الأبحاث والدراسات، والورش العملية التي تُمكن المشاركين من تطبيق المفاهيم المكتسبة بشكل فوري. تتضمن المنهجية دراسات حالة واقعية تُحاكي تحديات خدمة العملاء الفعلية، مما يُتيح للمتدربين فرصة تحليل المشكلات واقتراح حلول مبتكرة. كما يتم التركيز على العمل الجماعي من خلال التمارين التفاعلية والنقاشات الموجهة، لتبادل الخبرات والمعارف بين المشاركين. تشتمل الدورة على جلسات تغذية راجعة فردية وجماعية، لضمان استيعاب المفاهيم وتحسين الأداء. نسعى جاهدين لتوفير بيئة تعليمية محفزة تُعزز من المشاركة الفاعلة وتُشجع على التفكير النقدي. الهدف هو تزويد المشاركين بالأدوات والتقنيات اللازمة لتحويل فرق خدمة العملاء لديهم إلى فرق استثنائية تُسهم في تحقيق التميز المؤسسي.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس خدمة العملاء المتميزة ومؤشرات الأداء.

- مفهوم خدمة العملاء الاستثنائية وأهميتها الاستراتيجية.
- عناصر تجربة العملاء الناجحة.
- أنواع مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في خدمة العملاء.
- كيفية تحديد مؤشرات الأداء الذكية (SMART KPIs).
- أدوات جمع وتحليل بيانات الأداء.
- تحليل الفجوات في أداء خدمة العملاء.
- معايير التميز العالمية في خدمة العملاء.

الوحدة الثانية: بناء فريق خدمة العملاء عالي الأداء.

- مراحل بناء الفريق وتطويره.
- تحديد الكفاءات الأساسية لموظفي خدمة العملاء.
- استراتيجيات التوظيف والاختيار الفعالة.
- برامج التدريب والتطوير المستمر.
- أهمية التغذية الراجعة البناءة.
- إدارة الأداء وتقييم الكفاءات.
- تطوير خطط المسار الوظيفي لفرق خدمة العملاء.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات التحفيز الفعال لفرق خدمة العملاء.

- نظريات التحفيز في بيئة العمل.
- تصميم برامج تحفيزية غير مالية.
- نظم المكافآت والتقدير.
- دور القيادة في تحفيز الفرق.
- بناء بيئة عمل إيجابية ومحفزة.
- التعامل مع الإرهاق الوظيفي وضغوط العمل.
- قياس أثر برامج التحفيز على الأداء.

الوحدة الرابعة: إدارة تحديات خدمة العملاء وتحسين التجربة.

- التعامل مع الشكاوى الصعبة والمواقف الحرجة.
- تحويل الشكاوى إلى فرص لتعزيز الولاء.
- استراتيجيات الاتصال الفعال مع العملاء.
- أتمتة خدمة العملاء واستخدام التقنيات الحديثة.
- تحليل رحلة العميل وتحديد نقاط الاحتكاك.
- تصميم تجارب عملاء سلسة ومُرضية.
- قياس رضا العملاء وولائهم.

الوحدة الخامسة: القياس والتحسين المستمر في خدمة العملاء.

- إعداد تقارير الأداء الدورية.
- استخدام البيانات لاتخاذ قرارات استراتيجية.
- نماذج التحسين المستمر (Kaizen, Six Sigma).
- إدارة التغيير في فرق خدمة العملاء.
- بناء ثقافة التحسين المستمر.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) لجهود تحسين خدمة العملاء.
- التخطيط للمستقبل في خدمة العملاء.

الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين أتمتة خدمة العملاء والحفاظ على اللمسة الإنسانية التي تُعزز من ولاء العملاء في عالم تتسارع فيه وتيرة التكنولوجيا؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق على الجوانب العملية والتطبيقية، مع دمج أحدث النظريات الأكاديمية والممارسات العالمية في مجال خدمة العملاء. لا نكتفي بتقديم المعلومات، بل نُركز على تمكين المشاركين من تطبيقها في سياقاتهم العملية. نقدم رؤى فريدة حول كيفية بناء مؤشرات أداء حقيقية تُسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، بالإضافة إلى استراتيجيات تحفيز مُبتكرة تتجاوز الأساليب التقليدية. نُركز على دراسات الحالة الواقعية، والتمارين التفاعلية، والنقاشات الموجهة التي تُثري التجربة التعليمية وتُعزز من فهم المشاركين للتحديات والحلول الممكنة. الهدف هو تزويد المشاركين بالقدرة على تحليل المشكلات، وتصميم حلول فعالة، وقيادة فرق خدمة عملاء استثنائية تُسهم بشكل مباشر في نجاح المؤسسة.