

€ TRAINING

استراتيجيات منع الصراعات وتسوية النزاعات

17 - 28 مارس 2025
بوسطن (الولايات المتحدة الأمريكية)



استراتيجيات منع الصراعات وتسوية النزاعات

رمز الدورة: J67 تاريخ الإنعقاد: 17 - 28 مارس 2025 دولة الإنعقاد: بوسطن (الولايات المتحدة الأمريكية) - التكلفة: 9490 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

في عالم الأعمال اليوم، حيث تزداد التحديات والتعقيدات، يُعتبر التعامل الفعّال مع الصراعات والنزاعات أمراً بالغ الأهمية لضمان استمرارية العمل وتحقيق الأهداف المؤسسية. سواء كانت النزاعات داخلية بين أعضاء الفريق أو خارجية مع أطراف أخرى، فإن الفشل في معالجتها بشكل صحيح يمكن أن يؤدي إلى تفاقم الوضع، مما يضر بالإنتاجية والمعنويات العامة. يهدف هذا البرنامج إلى تمكين المشاركين من التعرف على أنواع الصراعات المختلفة وتطوير استراتيجيات فعالة لمنع النزاعات قبل حدوثها، بالإضافة إلى توفير أدوات وأساليب متقدمة لتسوية النزاعات بطرق بناءة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على شكل الهرم التنظيمي الجديد في الفكر الإداري المعاصر وإدراك أن العميل يأتي في موقع رئاسة هذا الهرم.
- إدراك أن العميل برغباته واحتياجاته وإشباعه - هو المدير الحقيقي للشركة وجميع المستويات الإدارية المختلفة في الشركة تعمل تحت رئاسته لتلبية احتياجاته وإشباع رغباته.
- بيان أهمية العناية بالعملاء وبلورة الفوائد الناتجة عن دعم العلاقات معهم والتزود بأساليب العناية بالعملاء.
- التعرف على مفهوم وخصائص وأنواع الخدمات - والتزود ببعض نظم بيع الخدمات.
- الحصول على مجموعة من النصائح الختامية تمثل دليل عمل في التعامل الفعال مع العملاء.

الفئات المستهدفة:

- المدراء الذين يريدون الحصول على تدريب في خدمة العملاء لتعزيز مهاراتهم وتدريب موظفيهم.
- ممثلو خدمة العملاء والموظفون التقنيون.
- موظفو الدعم وممثلو خدمة العملاء الميدانية.
- المسؤولين عن حسابات العملاء.
- موظفو الإئتمان المختصين.

محاوير البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

مقدمة حول ادارة مؤسسات الاعمال:

- الهرم التنظيمي في الفكر المعاصر.
- مفهوم العملاء.
- تطور الاهتمام بالعملاء.
- العميل يدير الشركة.
- كيف يتحقق الارتباط بين العميل والشركة.
- التعلم من الشركات الناجحة.

الوحدة الثانية:

أنماط العملاء وسلوكياتهم:

- أهمية العميل "Importance of customer"
- مختبر أهمية العملاء وكيفية التعامل معهم.
- تمرين لماذا تختلف مع العملاء.
- مختبر الإدراك المتبادل.
- تمرين كيف تستجيب لطالبي الخدمة.
- كيف يتعامل مع عميل غاضب: "How to deal with upset customer"

الوحدة الثالثة:

أهمية وأساليب التعامل مع العملاء:

- لماذا يجب علينا الاهتمام بالعملاء.
- دستورنا في التعامل مع العملاء.
- رؤية وتصورات وقيم شركة فورد.
- كيف تدعم علاقاتنا مع العملاء.
- استقصاء مفاتيح شخصيتك.

الوحدة الرابعة:

المهارات السلوكية للتعامل مع العملاء:

- مفهوم الاتصال الفعال "Communication skills"
- استقصاء فن الانصات "The art of listening to the customer"
- خلاصة الخلاصة في الاتصال بالعملاء.
- استقصاء الاتصالات الشخصية الفعالة.

الوحدة الخامسة:

العوامل التي تحقق التميز في خدمة العملاء:

"Factors that differentiate excellence for customer service"

- مفهوم الخدمة.
- مرعب الخدمة.
- مفهوم التميز في الخدمة.
- اسرار التميز في الخدمة "Secret of good customer service"
- قواعد تقديم خدمة جيدة "Rules for good customer service"
- فهم توقعات العملاء "Customer expectations"
- توقعات شائعة "Six common Customer expectations"

الوحدة السادسة:

التعامل مع شكاوى العملاء "Dealing with Customers complaints"

- استمع للعملاء.
- اتخذ خطوات لحل المشكلة.
- كيف تحول الشكوى لفرصة "Turn customer complaints opportunity"
- التعرف على المواقف الصعبة مع العملاء - focused "Handling challenging situation with a customer - focused mindset"
- خمسة مراحل للرد على اعتراضات العملاء.
- كيفية تطبيق المراحل الخمسة في الموقع العملي "Applying the five step process"

الوحدة السابعة:

"Building and managing service quality" بناء وإدارة جودة الخدمة

- جودة الخدمة "Service quality".
- الأبعاد الخمس لجودة الخدمة "The five dimensions of service quality"
- نماذج جودة الخدمة "Quality and continuous improvement"
- خطوات لتحليل الجودة وتحسينها "Six steps for quality analysis and improvement"

الوحدة الثامنة:

"Benchmarking for quality improvement" القياس المقارن لتحسين الجودة

- ما المقصود بالقياس المقارن. B.M.
- القياس المقارن الداخلي. "Internal B.M."
- القياس المقارن التنافسي. "Competitive B.M."
- القياس المقارن الوظيفي. "Functional B.M."
- القياس المقارن الشامل. "Generic B.M."
- مراحل القياس المقارن "B.M. Phases"
- أدوات لتحسين الجودة "The seven tools of quality improvement"

الوحدة التاسعة:

قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:

"Factors that differentiate excellence for customer service"

- الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات "Quality popular methods for measuring service"
- مقياس عدد الشكاوى "Complains measuring"
- مقياس الرضا "Satisfaction measuring"
- مقياس الفجوة "Servqual measuring"
- مقياس الأداء الفعلي "Servper measuring"
- مقياس العميل الموجه بالقيمة "User - value service - Quality measuring"
- طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء.

الوحدة العاشرة:

خطة عمل للتميز في خدمة العملاء:

"Customer service action plan"

- مبادئ الجودة في خدمة العملاء "Principles of Quality customer service"
- المبادئ الاثنا عشر لخدمة العملاء "The 12 Principles of Quality customer service"