

المؤتمر العلمي حول آليات حل النزاعات وتحليل أنماط الشخصيات

مقدمة المؤتمر

العملاء - سواء أطلق عليهم مستفيدون، مستخدمون، أو متعاملون - هم المحور الأساسي الذي من أجله تُؤسس المنظمات، بهدف تلبية احتياجاتهم أو معالجة مشكلاتهم من خلال تقديم منتج، خدمة، برنامج، أو مشروع. هؤلاء هم الأفراد الذين يستفيدون من عروضك، وهم من يبررون استمرارية أعمالك ورواتب موظفيك. فكيف يمكنك التميز في تقديم خدماتك لهم؟

الفئات المستهدفة:

- موظفو العلاقات العامة في المستويات التنفيذية والإدارية
- العاملون في السلك الدبلوماسي وقطاعات الإعلام والصحافة
- المختصون في التسويق، المبيعات، الاستعلامات، وخدمة العملاء
- المنظمات التطوعية والخيرية ومؤسسات العمل المجتمعي
- المدربون والمتحدثون الرسميون
- كل من يرغب في تنمية خبراته ومهاراته في هذا المجال الحيوي

أهداف المؤتمر:

- بنهاية هذا المؤتمر، سيكون المشاركون قادرين على:
- فهم النموذج الجديد للهيكل التنظيمي في الفكر الإداري الحديث، حيث يحتل العميل قمة هذا النموذج
- إدراك أن العميل، برغباته وتوقعاته، هو القائد الفعلي للمؤسسة، وأن كافة المستويات التنظيمية تعمل لخدمته
- التمييز بين أنماط العملاء المختلفة وتحليل سلوكهم وتحديد أساليب كسبهم
- إدراك القيمة الاستراتيجية لبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وطرق تعزيزها
- اكتساب المهارات السلوكية اللازمة للتعامل الإيجابي مع الجمهور
- التعمق في مفهوم الخدمة، خصائصها، وأنواعها، مع التطرق إلى تقنيات تسويق الخدمات
- تطبيق تقنيات وأساليب متقدمة لتحقيق التميز في الخدمة
- التدريب العملي على مفهوم "لحظات الحقيقة" في التعامل مع العملاء
- تقديم دليل تطبيقي للتعامل الفعال مع العملاء في مختلف المواقف

الكفاءات المستهدفة:

- الفهم المتقدم للهيكل التنظيمي المعاصر
- تعريف وتحليل مفهوم العميل
- استيعاب أهمية دور العميل كمحور استراتيجي
- مهارات التميز في تقديم الخدمات
- العوامل المحفزة لتفضيل العملاء لمؤسسة دون أخرى

- أدوات التفاعل الفعال مع العملاء
- مكونات الخدمة ومبادئ تحسين جودتها
- أدوات القياس والتقييم للخدمة المقدمة
- تصميم خطة عملية للتميز في خدمة العملاء

محتوى المؤتمر:

الوحدة الأولى: من يقود المؤسسات؟

- الهيكل الإداري الحديث
- تطور مفهوم العميل
- التوجهات العالمية في خدمة العملاء
- العميل كصانع قرار
- بناء العلاقة التفاعلية بين العميل والمؤسسة
- الاستفادة من نماذج الشركات الرائدة

الوحدة الثانية: أنماط العملاء وسلوكياتهم

- أهمية العميل كشريك استراتيجي
- مختبر تفاعلي لفهم توجهات العملاء
- تمرين: لماذا يحدث الخلاف مع العميل؟
- تحمل المسؤولية الفردية في العلاقة مع العميل
- مختبر الإدراك المتبادل
- تقييم الذات كمقدم خدمة
- تمرين استجابة مقدم الخدمة
- استراتيجيات التعامل مع العملاء الفاضلين

الوحدة الثالثة: أهمية العناية بالعملاء وأساليب التواصل

- المفهوم المتكامل لخدمة العملاء المتميزة
- دوافع الاهتمام المتزايد بالعملاء
- احتياجات العملاء الأساسية
- المحفزات التي تدفع العميل لتفضيل مؤسسة محددة
- تمرين تفاعلي حول التقمص الوجداني مع العميل
- تمرين: لماذا لا أعود إليك؟
- مبادئ التعامل الأخلاقي مع العملاء
- رؤية وتجربة شركة Ford في بناء الولاء
- أدوات بناء علاقات مستدامة مع العملاء

- استبيان: مناخ التميز المهني
- استبيان: مفاتيح شخصيتك كعامل في الخط الأمامي

الوحدة الرابعة: المهارات السلوكية للتواصل مع العملاء

- مدخل إلى الاتصال الفعال
- تقييم مهارة الاستماع النشط
- خلاصة مهارات الاتصال مع العملاء
- تقييم الاتصال الشخصي الفعال

الوحدة الخامسة: مقومات التميز في خدمة العملاء

- تعريف الخدمة ومكوناتها
- نموذج مربع الخدمة
- مفاهيم التميز المؤسسي في الخدمة
- أسرار النجاح في تقديم خدمة استثنائية
- المبادئ الذهبية للخدمة الرائدة
- فهم توقعات العملاء الستة الأساسية

الوحدة السادسة: التعامل مع شكاوى العملاء

- الاستماع الفعال لشكاوى العميل
- خطوات عملية لمعالجة المشكلة
- تحويل الشكاوى إلى فرصة تطوير
- أدوات إدارة المواقف المعقدة
- المراحل الخمس للرد على اعتراضات العميل
- تطبيق عملي لهذه المراحل في بيئة العمل

الوحدة السابعة: تأسيس وإدارة جودة الخدمة

- المبادئ العامة لجودة الخدمة
- العناصر الخمسة لجودة الخدمات
- نماذج قياس وتحليل الجودة
- خطوات تحليل وتحسين جودة الخدمة

الوحدة الثامنة: القياس المقارن كمحفز للجودة

- ما هو القياس المقارن؟
- أنواع القياس المقارن: الداخلي، التنافسي، الوظيفي، الشامل

- المراحل الأساسية للقياس المقارن
- أدوات التحسين السبع

الوحدة التاسعة: تقييم جودة الخدمات من منظور العملاء

- الأساليب الشائعة لتقييم الخدمة
- مؤشرات عدد الشكاوى
- مؤشرات رضا العملاء
- أدوات قياس فجوات الأداء
- مؤشرات القيمة الموجهة للعملاء
- أدوات التغذية الراجعة والتحليل النوعي

الوحدة العاشرة: خطة عمل للتميز في خدمة العملاء

- مبادئ الجودة في الخدمة
- 12 مبدأ ذهبي في التعامل مع العملاء
- مختبر عملي لصياغة هذه المبادئ وتطبيقها
- عرض تدريبي بالفيديو
- حالات تطبيقية وتمارين عملية
- التقييم الختامي وختام فعاليات المؤتمر