London Elite Centre

إدارة العملاء (خلق الوعي، الاكتساب، الاحتفاظ)

https://londonelitecentre.com

إدارة العملاء (خلق الوعي، الاكتساب، الاحتفاظ)

وصف المقرر

الفئات المستهدفة:

- الأفراد الذين يعملون في المبيعات وفريق خدمة الدعم.
- المرشحون المحتملون لوظائف قسم المبيعات الذين يسعون إلى تطوير مهاراتهم في البيع.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية:
في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركين قادرين على:

- وضع أهداف وبرامج لرفع رضا العميل إلى أقصى حد.
- الإشراف على تصميم وتنفيذ وتحليل أي استبيان حول رضا العميل.
- القيام بتصنيف العملاء ووضع الاستراتيجيات ذات الصلة.
- إعداد اتفاقيات مستويات الخدمات المتبادلة لضمان الوضوح والامتثال.
- ضبط وجه الخدمة في القسم من خلال مؤشرات أداء رئيسية مختارة بطريقة جيدة.
- استخدام شكاوى العملاء كنقطة انطلاق لتحسين الخدمات.

الكفاءات المستهدفة:

- تعريف وتقدير العميل.
- أهمية العميل الداخلي.
- خدمة العميل كضرورة استراتيجية.
- استطلاعات رضا العميل وأدوات أساسية أخرى.
- شكاوى العملاء.
- اتفاقيات مستويات الخدمات المتبادلة.
- بطاقة الأداء المتوازن ومؤشرات الأداء الرئيسية وخدمة العملاء.

الوحدة الأولى
تعريف وتقدير العميل

- تعريف العميل
- تعريف خدمة العملاء
- العميل الداخلي والخارجي

الوحدة الثانية
أهمية العميل الداخلي

- الموظفين تحفيز إلى الحاجة;
- الحاجة إلى موظفين مؤهلين
- عقلية التكتل (الصومعة)

- التخلص من عقلية الصومعة

الوحدة الثالثة
خدمة العميل كضرورة استراتيجية

- الشريك الى به المشتبه من
- صعود السلم
- نموذج كانو
- الميزات الأساسية
- ميزات الأداء
- ميزات "الابتهاج" من الخدمة
- المؤسسة الموجهة نحو خدمة العميل
- خدمة العميل كضرورة استراتيجية
- الممارسات السبع للمؤسسة الموجهة نحو خدمة العميل

الوحدة الرابعة
استطلاعات رضا العميل وأدوات أساسية أخرى

- فهم عملائك
- أهمية تصنيف العملاء
- مبادئ تصنيف العملاء
- مجموعات التركيز
- استطلاعات رضا العميل
- المصطلحات الرئيسية
- طرق الاستطلاعات الرئيسية
- أمثلة على الاستبيانات
- إرشادات حول استطلاعات رضا العملاء
- أنواع استطلاعات رضا العملاء
- أساسيات أخذ العينات
- المميزات الخاضعة للقياس
- مؤشر رضا العملاء
- فهم نظام (RATER) بتعمق
- نموذج فجوات جودة الخدمة

الوحدة الخامسة
شكاوى العملاء

- ونتائجها الحقائق
- الأعراض مقابل الأسباب
- تحليل الأسباب الجذرية
- أسباب الفشل
- استراتيجيات الإحياء
- المبادرة الاستراتيجية
- الأنشطة التكتيكية
- عامل الإبهار "WOW"

الوحدة السادسة
اتفاقيات مستويات الخدمات المتبادلة

- تعريف مستويات الخدمة
- خصائص مستويات الخدمة الفعالة
- العناصر الرئيسية لمستويات الخدمة
- خطوات تطوير مستويات الخدمة
- الجودة مقابل التكلفة
- مقاييس مستويات الخدمة

الوحدة السابعة

بطاقة الأداء المتوازن ومؤشرات الأداء الرئيسية وخدمة العملاء

- مراقبة الأداء من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية
- وجهات النظر الأربع لبطاقة الأداء المتوازن
- تأثير منظور العملاء
- خصائص مؤشرات الأداء الرئيسية الجيدة
- بناء مؤشرات الأداء الرئيسية لخدمة العملاء