المقدمة:

تركّز هذه الورشة التدريبية بشكل أساسي على الجوانب **السلوكية، الاجتماعية والتفاعلية** في تقديم خدمة العملاء المتميّزة. تنطلق الورشة من خلال تعريف شامل لمفهوم خدمة العملاء، وتسليط الضوء على أهمية تقديم خدمة عالية الجودة، وما ينتظره العملاء فعلًا من المؤسسة، بالإضافة إلى كيفية التعامل مع سلوكياتهم وتوقعاتهم.

كما يتم خلال الورشة تحليل العوامل المؤثرة في **الانطباع الأول** الذي يكوّنه العميل عن الموظف والمؤسسة، وكيفية التصرف بمهنية عالية في مختلف المواقف، بما في ذلك المواقف الصعبة أو المليئة بالتحديات.
تركز الورشة أيضاً على تعزيز **مهارات الاتصال الفعال** وفهم دور **لغة الجسد** والسلوك غير اللفظي في التأثير الإيجابي على العملاء. الهدف الأساسي هو ضمان أن تفاعلنا مع العملاء يكون إيجابيًا، فعّالًا، ويعزز نجاح المؤسسة.

أهداف الورشة:

مع نهاية الورشة، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح أهمية تقديم خدمة عملاء متميّزة في مختلف البيئات والمواقف.
- رفع مستوى الكفاءة الشخصية من خلال تطبيق تقنيات ومهارات الاتصال الفعّالة.
- تقديم تجربة خدمية إيجابية تبقى راسخة في ذاكرة العميل وتعزز ولاءه.
- التصرف والتواصل بأفضل طريقة ممكنة حتى في ظل وجود صعوبات أو مواقف معقدة.
- التعامل مع العملاء غير الراضين وتحويل تجاربهم السلبية إلى تجارب إيجابية من خلال خطوات عملية تعزز رضاهم واحترامهم.

الفئات المستهدفة:

تم تصميم هذه الورشة لتناسب:

- الموظفين في مختلف المستويات الوظيفية الذين يتعاملون مباشرة مع العملاء.
- العاملين مع العملاء الخارجيين (الزائرين، المستهلكين، المستفيدين).
- الموظفين الذين يتعاملون مع العملاء الداخليين (زملاء، فرق دعم، إدارات أخرى).
- كل من يسعى إلى تطوير وصقل مهاراته في التواصل المهني بهدف تعزيز رضا العملاء.

الكفاءات المستهدفة:

- التوجّه القوي نحو خدمة العملاء.
- إدارة الانفعالات والتحكم بالعواطف.
- تطوير مهارات التعاطف والمرونة في التعامل.
- قراءة الإشارات والسلوكيات وفهم الآخرين.
- إدارة الذات بفعالية ضمن بيئة خدمة ديناميكية.
- تعزيز الوعي المهني وفهم الدور الوظيفي بدقة.

محتوى الورشة التدريبية:

أولاً: مدخل إلى مفهوم خدمة العملاء

- استعراض عام لمفهوم خدمة العملاء.
- خدمة العملاء في السياقات المختلفة (محل تجاري، مطعم، شركة، مؤسسة حكومية).
- فهم بعدي الخدمة الأساسيين: (الخدمة التقنية + الخدمة العاطفية).
- الفرق بين البيئة التنافسية والبيئة الاحتكارية وأثر ذلك على الخدمة.
- الفروقات الجوهرية بين العملاء الداخليين والعملاء الخارجيين.
- التمييز بين عوامل الخدمة الظاهرة (المنتَج) والعوامل الضمنية (السلوك والانطباع).

ثانيًا: نماذج رائدة في خدمة العملاء

- استعراض نماذج فعالة تستخدم عالميًا:
  - نموذج **PRIDE** (الفخر بالخدمة).
  - نموذج **RATER** (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الملموسية).
  - نموذج **KANO** (أساسيات، أداء، مفاجآت مبهجة).

ثالثًا: الذكاء العاطفي في خدمة العملاء

- فهم الذكاء العاطفي ودوره في تقديم خدمة متميزة.
- كيفية تطوير الذكاء العاطفي للموظفين العاملين في الواجهة.

- تطبيق الذكاء العاطفي عند التعامل مع المواقف المختلفة للعملاء.

رابعًا: السلوك ومهارات التواصل في خدمة العملاء

- السلوك كوسيلة تواصل غير لفظي.
- استخدام **لغة الجسد** بوعي وفعالية.
- مهارات **الإصغاء النشط** والقدرة على الفهم قبل الرد.
- التعبير عن الذات بوضوح واحترام.
- اختيار أسلوب وسيلة التواصل الأمثل حسب الموقف (مكتوب، شفهي، إلكتروني).

خامسًا: الانطباع الذي يتركه الموظف على العميل

- العناصر العامة التي تساهم في تكوين صورة إيجابية:
  - إظهار الاحترام المتبادل.
  - إبداء التعاطف الحقيقي.
  - الرغبة الصادقة في تقديم المساعدة.
  - التصرف باحتراف وثقة.
  - تحقيق العدالة والإنصاف في تقديم الخدمة.
- العناصر الخاصة لبناء صورة مهنية احترافية:
  - معرفة المعلومات والخلفية المهنية.
  - المظهر الخارجي واللباقة.
  - اختيار الكلمات المناسبة.
  - لغة الجسد المتناغمة مع السياق.
  - القدرة على بناء الألفة والعلاقات الإيجابية بسرعة.

سادسًا: مواقف وتمارين عملية في خدمة العملاء

- تحليل سيناريوهات من الحياة الواقعية.
- تمثيل الأدوار في مواقف:
  - بسيطة ويسهل التعامل معها.
  - شائعة ولكن تتطلب حساسية عالية.
  - تتضمن شكاوى ومشكلات معقدة أو تصعيدية.
- تدريب عملي على كيفية تحويل المواقف السلبية إلى فرص لتعزيز الرضا والولاء.

خاتمة الورشة:

تهدف هذه الورشة إلى تزويد المشاركين بأساس قوي وسلوك مهني متكامل في التعامل مع العملاء، من خلال تطوير مهارات التواصل، والتحكم بالسلوك، وفهم العوامل المؤثرة في رضا العميل.
الموظف الذي يتمتع بالذكاء العاطفي، والوعي المهني، والمرونة السلوكية، قادر على تحويل كل تفاعل مع العميل إلى فرصة لبناء ثقة مستدامة وتعزيز سمعة المؤسسة.