

لمحة عامة:

من المسلّم به أن المؤسسات الناجحة تمتلك قاعدة من العملاء الراضين والمخلصين. وهناك أمثلة عالمية بارزة على ذلك مثل شركة Apple، Harley-Davidson، وSingapore Airlines، وطيران الإمارات. لكن يبقى السؤال: هل يأتي النجاح أولاً، أم رضا العملاء؟ الإجابة واضحة: فبناء النجاح المؤسسي يبدأ من رضا العملاء. إنه الأساس الذي تركز عليه استدامة المؤسسة وتميّزها. التركيز الحقيقي ينبغي أن يكون على خلق ثقافة خدمية داخل المؤسسة تتمحور حول العملاء واحتياجاتهم. ومن هذه القاعدة تنطلق عملية تطوير المنتجات، وتحسين الإجراءات، وتصميم الخدمات التي تفوق توقعات العميل. تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تمكين المشاركين من فهم أسس بناء ثقافة خدمة متميزة داخل مؤسساتهم، وتطبيق منهجيات عملية قابلة للتنفيذ في الواقع، مستنديين في ذلك إلى تجارب الشركات الرائدة عالمياً في هذا المجال.

أهداف الدورة التدريبية:

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح الأسباب الجوهرية التي تجعل من استراتيجية التميز في خدمة العملاء أمراً حيوياً لنجاح المؤسسة.
- توضيح كيف يمكن لإنشاء ثقافة تركز على تعزيز خدمة العملاء أن يساهم بشكل مباشر في رفع الأداء المؤسسي الشامل.
- تصميم خطط ومبادرات وأنظمة تغطي جميع الأقسام الحيوية داخل المؤسسة، بهدف ترسيخ ثقافة خدمة متميزة.
- تحليل وتحديد العوائق الثقافية والتنظيمية التي قد تعيق التحول نحو هذه الثقافة الجديدة، ووضع حلول عملية لتجاوزها.
- تقييم مدى نجاح تطبيق هذه الثقافة من خلال تحديد جوانب النتائج الأساسية (KRAs) وربطها بـ مؤشرات الأداء الأساسية (KPIs) لقياس الإنجاز والتحسين المستمر.

الفئات المستهدفة:

هذه الدورة التدريبية مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات:

- المدراء التنفيذيين، ومتّخذي القرار، والمشرفين في كافة المستويات الإدارية.
- المسؤولين عن تطوير أداء المؤسسة في القطاعين الربحي وغير الربحي.
- العاملين في المجالات المعنية بخدمة العملاء، سواء على مستوى العملاء الخارجيين أو العملاء الداخليين.
- جميع الراغبين في بناء بيئة عمل قائمة على ثقافة خدمة متقدمة ومستدامة.

الكفاءات المستهدفة:

من خلال هذه الدورة، سيتطور أداء المشاركين في مجالات متعددة، من أبرزها:

- تعزيز التركيز على العملاء في جميع جوانب العمل المؤسسي.
- القدرة على توجيه فرق العمل نحو هدف موحد يركز على التميز في الخدمة.
- إدارة التغيير المؤسسي بسلاسة وفعالية.
- تحسين الأداء من خلال بناء ثقافة تعاونية.
- تطوير مهارات التفكير التحليلي لفهم الواقع وقياس الأثر.
- خلق بيئة تحفز على الابتكار والاستجابة المستمرة لاحتياجات العملاء.

محتوى البرنامج التدريبي:

1. الخدمات المتميزة:

- استعراض اقتباسات عالمية حول أهمية جودة الخدمة.
- تعريف الخدمة وأبعادها المختلفة.
- عرض إحصائيات وتحذيرات تعكس أثر تدني مستوى الخدمة.
- أمثلة حقيقية على مؤسسات نجحت بفضل ثقافة الخدمة.
- تحليل كلفة الخدمة وأهمية إيجاد التوازن بين التكلفة والجودة.
- لماذا يجب إعطاء الأولوية لثقافة الخدمة داخل المؤسسة.

2. استيعاب ثقافة الشركة:

- تعريف شامل لثقافة المؤسسة وتأثيرها على الأداء العام.
- التوازن بين الثقافة الحالية والتغيير المنشود.
- دور القيادة، الرسالة، والرؤية في بناء ثقافة خدمية.
- أهمية القدوة الإدارية والمهنية.
- دور التدريب والتوجيه في ترسيخ الثقافة الجديدة.

3. استقطاب الموظفين:

- أهمية اختيار الكفاءات المناسبة لدعم ثقافة الخدمة.
- تحديد من يجب استقطابهم، وكيف.
- مفهوم كفاءات الخدمة، والمهارات السلوكية المرتبطة بها.

4. العملاء الداخليون:

- تعريف العملاء الداخليين وأنواعهم.
- القضاء على عقلية "الصومعة التنظيمية" وتعزيز الانفتاح والتكامل.
- كيف يؤثر رضا العملاء الداخليين على تجربة العميل الخارجي.

5. العمليات والإجراءات:

- أدوات جمع صوت العميل: الاستبيانات، مجموعات التركيز، ونظام الشكاوى.
- تحليل البيانات المستخلصة لتحسين الإجراءات الداخلية.
- كيفية استخدام هذه البيانات بشكل عملي وفعال.

6. أدوات تحسين الخدمات:

- استعراض نماذج معتمدة مثل:
 - نموذج كانو (KANO) لتحليل متطلبات العملاء.
 - نموذج راتير (RATER) لقياس جودة الخدمة.
 - نموذج ServQual لتحديد الفجوات بين التوقعات والواقع.

7. نظام المكافآت والتحفيز:

- مراجعة أفكار "رون كوفمان" من كتابه *Superior Service in Action*.
- بناء لغة خدمة موحدة داخل المؤسسة.
- كيفية تقديم قيمة مضافة حقيقية للعميل.
- الابتعاد عن اللوم وتبني السلوكيات الفاعلة والمؤثرة.

8. إدارة التغيير الثقافي:

- استعراض التحديات التي تواجه التغيير الثقافي في المؤسسات.
- الظروف الضرورية لتحقيق تغيير ناجح.
- تطبيق منهجيات إدارة التغيير، ومنها:
 - الخطوات الثمان لكوتلر (Kotter)
 - تحليل القوى المؤثرة (Force Field Analysis)

9. قياس نجاح تطبيق ثقافة الخدمة:

- تحديد جوانب النتائج الأساسية (KRAs) ذات العلاقة بثقافة الخدمة.
- صياغة واستخدام مؤشرات الأداء الأساسية (KPIs).
- المبادئ الرئيسية لوضع المعايير وتحديد "ماذا نقيس؟" و "كيف نقيسه؟"

خاتمة:

إن إنشاء ثقافة خدمية متميزة لا يحدث صدفة، بل هو قرار استراتيجي يتطلب التزاماً من القمة إلى القاعدة. هذه الدورة التدريبية تضع بين يدي المشاركين الأدوات، النماذج، والمنهجيات اللازمة لقيادة هذا التغيير والتحول بمؤسساتهم إلى بيئات خدمية احترافية تلبي طموحات العملاء وتفوق توقعاتهم.