



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

تطوير استراتيجيات التسويق الخدمي وتقديم الخدمات عالية الجودة

فكرة الدورة

يشهد قطاع الخدمات تحولاً متسارعاً في توقعات العملاء، حيث لم تعد جودة الخدمة تُقاس فقط بسرعة الاستجابة أو وضوح الإجراءات، بل بقدرة المؤسسة على تصميم تجربة متكاملة تعكس وعد العلامة وتدعم الثقة والولاء. ويزداد هذا التحدي مع تعدد قنوات التواصل، وتقارب عروض المنافسين، وارتفاع حساسية العملاء تجاه الاتساق والشفافية والقيمة المدركة.

يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تطوير قدرات المشاركين في بناء استراتيجيات تسويق خدمي متقدمة، وربطها بمنظومة جودة الخدمة ومؤشرات الأداء وتجربة العميل. ويتناول البرنامج تحليل طبيعة الخدمات، وإدارة توقعات العملاء، وتصميم عروض خدمية قابلة للتمييز، وتحسين نقاط التفاعل، ومعالجة فجوات الخدمة، وبناء ثقافة داخلية تدعم التسويق من خلال الأداء التشغيلي والسلوك المهني.

يوفر البرنامج قيمة عملية للمؤسسات التي تسعى إلى تحويل جودة الخدمة إلى ميزة تنافسية قابلة للقياس والتحسين المستمر، مع التركيز على التطبيق والنماذج العملية واتخاذ القرار في بيئات خدمية متعددة.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل خصائص التسويق الخدمي في البيئات التنافسية.
- بناء استراتيجيات خدمة تعزز القيمة المدركة للعملاء.
- تصميم تجربة عميل متسقة عبر قنوات التفاعل.
- تطبيق أدوات قياس جودة الخدمة وتحسينها.
- إدارة فجوات الخدمة وفق منهجيات عملية.
- ربط التسويق الخدمي بمؤشرات النمو والاحتفاظ.

منهجية الدورة

- عروض تدريبية تفاعلية تربط المفاهيم بالتطبيقات الخدمية.
- دراسات حالة حول تحسين جودة الخدمة وتجربة العميل.
- تمارين تحليل رحلة العميل وفجوات الخدمة.
- مناقشات جماعية حول تحديات التسويق الخدمي.
- تطبيق عملي لإعداد خطة تحسين خدمية.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز **التميز الخدمي** والتنافسي للمؤسسة من خلال:

- تحسين اتساق جودة الخدمة عبر نقاط الاتصال.
- رفع قدرة **المؤسسة** على الاحتفاظ بالعملاء.
- تطوير عروض خدمية أكثر تمايزاً وملاءمة.
- تعزيز قرارات التسويق المبنية على مؤشرات **الأداء**.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- فهم منطق التسويق الخدمي المتقدم.
- تشخيص فجوات الخدمة بدقة مهنية.
- تصميم مبادرات تحسين تجربة العميل.
- استخدام مؤشرات **الجودة** في اتخاذ القرار.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج المهنيين الذين يتعاملون مع تسويق الخدمات أو تطوير التجربة أو تحسين جودة التفاعل مع العملاء. كما يفيد العاملين في أدوار تتطلب ربط **الاستراتيجية** التسويقية بالأداء الخدمي.

- مديرو وأخصائيو التسويق في المؤسسات الخدمية.
- مسؤولو تجربة العملاء وجودة الخدمة.
- مشرفو فرق المبيعات وخدمة العملاء.
- مديرو تطوير الأعمال والعلاقات مع العملاء.
- المهنيون المرشحون لأدوار تسويق خدمي متقدمة.

اليوم الأول: مدخل متقدم إلى التسويق الخدمي وجودة الخدمة

- طبيعة الخدمات وخصائصها التسويقية والتشغيلية.
- الفروق بين تسويق المنتجات وتسويق الخدمات.
- مفهوم القيمة المدركة في الخدمات.
- العلاقة بين وعد العلامة وتجربة الخدمة.
- أدوار التسويق والعمليات والموارد البشرية في الخدمة.

اليوم الثاني: تحليل السوق الخدمي وسلوك العملاء

- تحديد شرائح العملاء في الأسواق الخدمية.
- تحليل الاحتياجات والتوقعات ومحددات الرضا.
- قراءة رحلة العميل قبل وأثناء وبعد الخدمة.
- تقييم العوامل المؤثرة في اختيار مزود الخدمة.
- تحويل بيانات العملاء إلى رؤى تسويقية.

اليوم الثالث: بناء استراتيجية التسويق الخدمي

- صياغة الأهداف التسويقية للخدمات.
- اختيار التموضع الخدمي المناسب للسوق المستهدف.
- تصميم مزيج تسويق خدمي متكامل.
- تحديد عوامل التميز في العروض الخدمية.
- موازنة الاستراتيجية مع قدرات المؤسسة التشغيلية.

اليوم الرابع: تصميم تجربة العميل ونقاط التفاعل

- رسم خريطة رحلة العميل ومراحلها.
- تحديد لحظات الحقيقة عالية التأثير.
- تحسين الاتساق بين القنوات الرقمية والمباشرة.

- تصميم معايير تواصل واضحة مع العملاء.
- إدارة الانطباع العام خلال تجربة الخدمة.

اليوم الخامس: قياس جودة الخدمة وفجوات الأداء

- مفهوم جودة الخدمة من منظور العميل.
- استخدام نموذج SERVQUAL في تحليل الفجوات.
- قياس الاعتمادية والاستجابة والتعاطف والملموسية.
- تحليل أسباب التباين في تقديم الخدمة.
- تحويل نتائج القياس إلى أولويات تحسين.

اليوم السادس: تطوير عروض الخدمات وحزم القيمة

- تصميم حزم خدمات تلائم شرائح العملاء.
- إدارة مستويات الخدمة والوعود المقدمة.
- بناء خدمات إضافية تعزز الولاء.
- تسعير الخدمات وفق القيمة المدركة.
- اختبار قابلية العرض الخدمي للتنفيذ.

اليوم السابع: الاتصال التسويقي للخدمات وبناء الثقة

- صياغة رسائل تسويقية تعكس جودة الخدمة.
- إدارة توقعات العملاء قبل تقديم الخدمة.
- استخدام الشهادات والتجارب في بناء الثقة.
- تنسيق الاتصال بين فرق التسويق والخدمة.
- تقليل الفجوة بين الرسالة والتجربة الفعلية.

اليوم الثامن: إدارة شكاوى العملاء واستعادة الخدمة

- أهمية الشكاوى كمصدر لتحسين الخدمة.
- تصميم قنوات فعالة لتلقي الملاحظات.
- تحليل أسباب الشكاوى المتكررة.

- بناء إجراءات استعادة الخدمة المتعثرة.
- تحويل العملاء غير الراضين إلى داعمين.

اليوم التاسع: مؤشرات الأداء والنمو في الخدمات

- اختيار مؤشرات مناسبة للتسويق الخدمي.
- قياس الرضا والولاء والاحتفاظ بالعملاء.
- تحليل القيمة العمرية للعميل.
- ربط مؤشرات **الجودة** بالإيرادات والنمو.
- إعداد لوحات متابعة للتحسين المستمر.

اليوم العاشر: تطبيقات متقدمة و خطة تحسين خدمية

- تحليل حالة خدمية متكاملة.
- تحديد فجوات استراتيجية وتشغيلية رئيسية.
- تصميم مبادرة تحسين قابلة للتنفيذ.
- عرض خطة تسويق خدمي عالية **الجودة**.
- تقييم المخرجات واستخلاص الدروس التطبيقية.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على عشرة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات تدريبية يومياً. يتضمن كل يوم عرضاً للمفاهيم الرئيسية، ومناقشة تطبيقية، وتمارين قصيرة، وتحليل حالات مرتبطة بموضوع اليوم. يخصص الجزء الأخير من كل يوم لاستخلاص الدروس العملية وربطها بخطة تطوير التسويق الخدمي وجودة الخدمة.

course_assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل اليومي، والتمارين التطبيقية، ومناقشات الحالات، ومخرجات خطة التحسين الخدمية في نهاية البرنامج. يحصل المشاركون الذين يستوفون متطلبات الحضور والمشاركة على شهادة حضور أو إتمام صادرة عن AINFCT.

course_key_competencies

- التفكير الاستراتيجي الخدمي.
- تحليل تجربة العميل.
- قياس جودة الخدمة.
- إدارة فجوات الأداء.
- تصميم القيمة الخدمية.
- تحسين الاحتفاظ بالعملاء.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com