شناسنامه سمینارآموزشی مشتری مداری و مهارت های رفتار با مشتری

| ردیف | مشخصه | شرح |
| --- | --- | --- |
| 1 | اهداف | 1. افزایش ارتقاء سطح دانش فراگیران در حوزه مشتری مداری 2. ایجاد آگاهی در خصوص رویکردهای نوین مشتری مداری 3. شناخت مشتریان بر اساس مدل های رفتاری شخصیت با آنالیز هر یک بطور کارگاهی 4. تغییر نگاه کارکنان به مشتریان و اهمیت مشتری با توجه به رقابتهای شدید در بازار 5. ارتقای توان تمرکز بر اهداف رفتار با مشتری و حفظ منافع دو طرف |
| 2 | سرفصل ها | 1. مشتری کیست؟ انواع آن کدام است و روش های برخورد با آنان چگونه است؟ 2. مشتری مداری چیست؟ 3. سطوح مشتری مداری کدام است؟ 4. کارکنان چگونه مشتری مدار می شوند؟ 5. مدیران چگونه مشتری مدار می شوند؟ 6. سازمان چگونه مشتری مدار می شود؟ 7. استراتژی ها و مدلهای مشتری مداری کدام است؟ 8. بررسی انواع مشتریان براساس نوع خدمت مورد نیاز و نحوه رفتار با آنها 9. بررسی انواع مشتریان براساس درجه وفاداری (مشتریان تصادفی ، مشتریان موقت و .. )و نحوه رفتار با آنها 10. بررسی انواع مشتریان براساس درجه سود آوری(مشتریان سود ده ، مشتریان معمولی ، مشتریان زیان ده )و نحوه رفتار با آنها 11. واقعیتهای رفتاری مشتریان و مکانیزمهای سودآور کردن آنها 12. رضایت مشتریان و نحوه اندازه گیری آن 13. وفادار سازی مشتریان و مکانیزم های آن 14. مدیریت ارتباط با مشتریان 15. نحوه برخورد با گروه های خاص مشتریان شامل : مشتریان شاکی ، مشتریان پر حرف - مشتریان ناراضی همیشگی و... 16. برگزاری کارگاههای فرضی رفتار با مشتری |
| 3 | مخاطبان | 1. مدیران بخش های بازاریابی و فروش، امور مشتریان،امور مشترکین و فروشگاهها یا مراکز عرضه کالا و خدمات 2. کارکنان حوزه های بازاریابی و فروش،شعب ،امور مشترکین،امور مشتریان،فروشگاهها ،امور قراردادها ،بخش های وصول مطالبات و تمامی بخش هایی که با مشتری یا ارباب رجوع در ارتباطند |
| 4 | زمان مورد نیاز | این سمینار آموزشی در یک روز از ساعت 8 الی 13 برگزار می شود. |
| 5 | فضای آموزشی و تجهیزات | ◼ ويديو پروژکتور ◼ پرده ◼ وايت برد  🞏 رايانه ▄امکانات صوتي ▄ امکانات پخش فيلم  🞏 امکانات فيلمبرداري 🞏 عکس برداري 🞏کاغذ  نحوه چيدمان کلاس: اگر به صورت میزگرد باشد مناسب تر است.  **ساير موارد: این سمینار آموزشی در سازمان متقاضی و برای مدیران و کارکنان آن سازمان برگزار می شود.مناسب است که در صورت تقاضا سمینار مدیران از سمینار کارکنان مجزا باشد.در برخی از سازمانها با هماهنگی قبلی تلاش شد تا یک مذاکره عینی بین کارکنان آن سازمان و یک مشتری به صورت از قبل برنامه ریزی شده طراحی و اجرا شود که بسیار موثر بود.** |
| 6 | مستندات آموزشی | ◼ جزوه 🞏 پرسش­نامه (Questionnaire) 🞏 CD اسلايدها  🞏 CD صوتي و تصويري 🞏 كتاب ▄ فيلم 🞏 برگه­هاي آموزشي  توضيحات: اسلایدهای آموزشی در اختیار شرکت کنندگان قرار می گیرد. |
| 7 | عناصر آموزشی | ◼ سخنراني 🞏 بازي­هاي آموزشي (Games) ◼ پرسش و پاسخ  ▄ تمرينات سالني (Indoor Challenges) ◼ كار گروهي (Group Working) 🞏بازديد  🞏 تمرينات فضاي باز (Outdoor Challenges) 🞏 مطالعه و تحليل نمونه­هاي موفق (Best Practice)  ساير: |
| 8 | جذابیت های سمینار | 1. **از جذابیت های این سمینار در گیر شدن شرکت کنندگان در مباحث و همچنین واکنش نشان دادن آنها به شرایط مفروض در کلاس است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است.** 2. **این سمینار بسیار جذاب ،سرزنده و با نشاط برگزار می شود، به گونه ای که در طول آن کمتر مشاهده شده است مخاطبان از فرآیند سمینار آموزشی خارج شود.** 3. **برگزاری یک نمایش برخورد با مشتری ناراضی به کمک خود کارکنان سازمان و با حضور یک مشتری واقعی یا مشتری فرضی موجب می شود تا شرکت کنندگان بیش از پیش با موضوعات علمی آشنا شوند** 4. **یکی دیگر از جذابیت های این سمینار مشارکت شرکت کنندگان در معرفی تجارب خود در فروش و برخورد با انواع مشتریان می باشد که تحلیل این تجارب و خاطره ها توسط شرکت کنندگان حضور موثر آنها را در فرآیند آموزش موجب می شود .** |
| 9 | ارزیابی | میزان مشارکت شرکت کنندگان و در صورت تقاضای کارفرما آزمون کتبی |