



البنك المركزي العراقي

جمهورية العراق
البنك المركزي العراقي

مركز الدراسات المصرفية
قسم الدورات التعاقدية

العدد : ١٣١٩ / ٢٠١٩

التاريخ : ١٨ / ٦ / ٢٠١٩

NO :
Date :

الى / المصارف الحكومية والخاصة كافة

م/ دورة (استراتيجيات الخدمة المصرفية وتنمية مهارات ادارة خدمة العملاء)

يهدىكم مركز الدراسات المصرفية تحياته...

يعلن هذا المركز بالتعاون مع رابطة المصارف الخاصة العراقية عن اقامة الدورة التدريبية الخاصة بـ (استراتيجيات الخدمة المصرفية وتنمية مهارات ادارة خدمة العملاء) للمدة ١٥-١٨/٧/٢٠١٩ وكما مبين ادناه:-

١. شروط الترشيح:- مدراء الفروع ومعاونيهم / موظفي قسم العمليات/ موظفي قسم الشمول المالي/ موظفي قسم التوعية المصرفية .
٢. المحاضر:- بلال غازي الحسين / مجموعة الجهود المشتركة للتطوير والاستشارات.
٣. وقت ومكان الدورة:- الساعة التاسعة صباحا ولغاية الساعة الثالثة بعد الظهر/ مقر رابطة المصارف الخاصة العراقية.
٤. لغة الدورة :- العربية.

علماً ان اجور الاشتراك (٤٠٠٠٠٠) (اربعمائة الف دينار) للمشاركة يتضمن رسم الاشتراك حضور الدورة واستلام اوراق العمل والاستراحات اليومية وتوزيع المادة العلمية والضيافة ويسدد المبلغ نقداً او في حساب الرابطة بالدينار في مصرف اشور الدولي / الفرع الرئيسي المرقم (IQ02AIB1995002891268749). راجين ارسال ترشيحاتكم على البريد الالكتروني لمركز الدراسات المصرفية (bsc@cbi.iq) والبريد الالكتروني الخاص برابطة المصارف الخاصة العراقية (lpbl2004@gmail.com).

مع التقدير .

المرافقات:-

- منهاج الدورة.

د.رجاء عزيز بندر
ع. المدير العام
٢٠١٩/٦/١٨



الجدارات المستهدفة في التدريب:

- الإتصال الفعال
- جودة خدمة العملاء
- التوجه نحو الجودة
- السيطرة على المشاعر
- التميز في تقديم الخدمة
- القدرة على تحفيز العملاء
- التوجه نحو خدمة العملاء
- التعامل مع مشكلات وشكاوى العملاء

الافتتاح والاختتام:

- مرحلة إفتتاح العملية التدريبية:
 - كلمة إفتتاح البرنامج.
 - العصف الذهني للمتدربين.
 - التقييم القبلي للمتدربين Pre.
 - مناقشة أهداف ومحاور التدريب.
 - مقدمة عامة ومفاهيم ذات صلة.
- مرحلة إختتام العملية التدريبية:
 - العصف الذهني في الختام.
 - إجراء التقييم (ملئ نماذج خاصة).
 - التقييم البعدي للمتدربين Post.
 - توجيه المتدربين لكيفية عكس التدريب على واقع العمل.
 - حفل التخرج وتسليم شهادات المشاركة.

المحاور الرئيسية للتدريب:

المحور الأول: العملاء في المصارف

- تعريف وتقدير العميل.
- العميل الداخلي والخارجي.
- مفهوم وأنواع وفهم العملاء.
- خدمة العميل كضرورة إستراتيجية.
- كيفية تحفيز الموظفين خدمة العملاء؟



رابطة المصارف الخاصة العراقية
Iraq Private Banks league

- أهمية العميل الداخلي، الحاجة إلى تحفيز الموظفين.
 - الحاجة إلى موظفين مؤهلين، عقلية التكتل (الصومعة).
 - تصنيف العملاء وأهميتهم External & Internal Customers.
 - إختيار الموظف المناسب في مكان المناسب (الحاجة الى مقدمي خدمة مؤهلين).
- * حالات عملية وتطبيقات خاصة بالمحور من واقع عمل المتدربين

المحور الثاني: أساسيات خدمة العملاء

- طبيعة خدمة العملاء.
- عناصر خدمة العملاء.
- أهمية خدمة العملاء.
- مبادئ تطبيق الخدمة.
- ميزات "الإبتهاج" من الخدمة.
- خدمة العميل كضرورة إستراتيجية.
- مستويات الخدمة (الإبهار والإبتهاج).
- المؤسسة الموجهة نحو خدمة العميل.
- المفاهيم الأساسية للمنتج والخدمة المصرفية.
- الفرق بين المنتج والخدمة وأبعاد جودة الخدمة.

* حالات عملية وتطبيقات خاصة بالمحور من واقع عمل المتدربين

المحور الثالث: التميز في خدمة العملاء وجودة الخدمة

- إعطاء وتلقي النقد.
 - أساليب الإصغاء الفعال.
 - السيطرة على خدمة العملاء.
 - السلوك المؤثر بخدمة العملاء وأنواعه.
 - مؤشرات الأداء الرئيسية وخدمة العملاء.
 - توقعات العملاء (عواملها، تحقيقها، إدارتها وتأثيرها).
 - الممارسات السبع للمؤسسة الموجه نحو خدمة العميل.
 - إستطلاعات رضا العملاء: الأنواع، الطرق، الأمثلة (الإستبيانات).
 - بناء مؤشرات الأداء الرئيسية لخدمة العملاء: الخصائص، بطاقات الأداء المتوازن.
 - عوائق خدمة العميل الداخلي الجيدة وعقلية التكتل وأساليب التخلص من التكتلات.
 - التفوق في خدمة العملاء: الحفاظ على عودة العملاء، جعل العملاء سعداء، رضا العملاء
- Superior in Customer Service



رابطة المصارف الخاصة العراقية
Iraq Private Banks league

- سلم خدمة العميل (من المشتبه به الى السفير) صعود السلم ومتطلبات تطبيق نموذج كانو
.Kano Model

* حالات عملية وتطبيقات خاصة بالمحور من واقع عمل المتدربين

المحور الرابع: إدارة خدمة العملاء ومتطلباتها

- خدمة العملاء والذكاء العاطفي
- خدمة العملاء والسلوك والاتصال.
- الحاجة لمبادرات تحقيق جودة الخدمة.
- التغيرات الاقتصادية وتحقيق ميزة تنافسية.
- مفتاح ولاء العملاء: القيمة المقترحة للعملاء
- رضا وولاء وسعادة العملاء وكيفية الإحتفاظ بهم.
- تحديات تقديم الخدمة في ظل المنافسة المتزايدة.
- التعريف بمواصفات ومعايير تقديم الخدمة وأهميتها.
- إستراتيجيات تقديم الخدمات ومعايير الخدمة المصرفية.
- المقاييس الرئيسية لولاء العملاء وعلاقة ولاء العملاء بالأرباح
- التعامل مع شكاوى العملاء وتحليل الأسباب الجذرية للشكوى.
- الميزة التنافسية في خدمة العملاء وتطبيقات نموذج .RATER .
- مواقف عن خدمة العملاء والسيناريوهات وتحليلها ولعب الأدوار.
- آثار جودة الخدمة للعملاء (الخدمة الجيدة أو الخدمة السيئة (الإخفاق في تقديم الخدمة).

* حالات عملية وتطبيقات خاصة بالمحور من واقع عمل المتدربين