



بناء ثقافة التركيز على العميل: القيادة والحوكمة والتميز في الخدمة

31 May - 04 Jun 2027
لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



بناء ثقافة التركيز على العميل: القيادة والحوكمة والتميز في الخدمة

المرجع: 1099_5318 التاريخ: 31 May - 04 Jun 2027 الموقع: لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن الرسوم: SAR 23000

العقود التقني: مفاهيمي - أسلوب التطبيق: دراسة حالة

مقدمة

تعلن معظم المؤسسات أن العميل أولاً، لكن ميزانياتها وحواجزها وصلاحيات القرار فيها ما زالت تكافئ المستهدفات الداخلية، وتخبو مبادرات تجربة العملاء بعد انتهاء حملة إطلاقها. ويلحظ موظفو الخطوط النهائية الفجوة بين القيم المعلنة وما تقيسه القيادات فعلاً. تزود هذه الدورة من كور كونسبت القيادات التنفيذية بالقدرة على تشخيص الثقافة الفعلية في مؤسساتهم، والحكم على مواطن تعارضها مع مصلحة العملاء، واتخاذ قرارات القيادة والحوكمة والحواجز التي ترسخ التركيز على العميل. ويدرس المشاركون حالات من قطاعات متعددة، ويخرجون بخارطة طريق لثقافة محورها العميل لمؤسساتهم.

أهداف الدورة

- تشخيص الفجوة بين قيم المؤسسة المعلنة تجاه العملاء وثقافتها الفعلية باستخدام نماذج الثقافة المعروفة
- تقييم المؤسسة مقابل نموذج التميز في الخدمة في المواصفة ISO 23592 ونموذج EFQM 2025
- تحديد وعد العميل وسلوكيات القيادة التي تدعوه بصورة ظاهرة
- اتخاذ قرارات حوكمة تجربة العملاء وصلاحيات القرار وتعديلات الحوافز اللازمة للمساءلة المشتركة بين الإدارات
- الحكم على مخاطر برنامج تغيير الثقافة ومقاومته والعائد على الاستثمار فيه
- عرض خارطة طريق لثقافة محورها العميل لاعتقادها من مجلس الإدارة أو اللجنة التنفيذية

الفئة المستهدفة

- الرؤساء التنفيذيون والمديرون العامون والمهنيون المنتدبون الذين يحددون توجه المؤسسة
- أعضاء اللجان التنفيذية المسؤولين عن القطاعات التي تتعامل مع العملاء
- الرؤساء التنفيذيون للعملاء والتجربة والتسويق الذين يقودون استراتيجية العملاء
- مديرو الموارد البشرية الذين يشكلون الثقافة والمكافآت والقدرات
- رؤساء الاستراتيجية والتحول المسؤولون عن الحفاظ التغيير المؤسسي

محاور الدورة

اليوم الأول: لماذا ينعثر التركيز على العميل

- نموذج المؤسسة المتهورة حول المنتج مقابل المؤسسة المتهورة حول العميل
- سلسلة الخدمة والربح Chain Profit-Service التي تربط نتائج الموظفين بنتائج العملاء
- مستويات الثقافة الثلاثة عند Schein: المظاهر والقيم والافتراضات
- مراجعة نضج تجربة العملاء مقابل إطار جداريات CXPA جمعية مهنيي تجربة العملاء
- مراجعة تنفيذية للوضع الراهن: العزلة بين الإدارات والحواجز وصلاحيات القرار

اليوم الثاني: أطر المؤسسات المتمحورة حول العميل

- مبادئ التميز في الخدمة ونموذج في المواصفة ISO 23592
- نموذج EFQM 2025 للتميز المؤسسي: التوجه والتنفيذ والنتائج
- نموذج Denison للثقافة المؤسسية وأبعاد استيائه
- الشبكة الثقافية Web Cultural عند Scholes و Johnson لتشخيص التركيز على العميل
- مدونات قواعد السلوك تجاه العملاء وفق المواصفة ISO 10001 بوصفها التزامات معلنة

اليوم الثالث: قيادة الثقافة من القمة

- صياغة وعد العميل وقيم العلامة المؤسسية
- ميثاق سلوكيات القيادة وممارسات القدوة
- نموذج حوكمة تجربة العملاء: اللجنة التوجيهية ومكتب تجربة العملاء وصلاحيات القرار
- مواهمة تجربة الموظف في معايير التوظيف والتهمينة والتقدير
- ممارسات معايشة القيادات للعملاء والاستماع إلى الخطوط الناهمية

اليوم الرابع: المساءلة والمخاطر والعائد

- مواهمة الحوافز وعقود الأداء باستخدام بطاقة الأداء المتوازن
- الاهداف والنتائج الرئيسية OKRs الخاصة بالعملاء للمساءلة المشتركة بين الإدارات
- سجل مخاطر تغيير الثقافة المتوافق مع المواصفة ISO 31000
- منهجية Kotter ذات الخطوات الثماني مطبقة على تغيير الثقافة
- تقييم دراسة العائد على الاستثمار في تجربة العملاء

اليوم الخامس: دراسات الحالة وخارطة طريق الثقافة

- دراسة حالة شركة طيران: إعادة بناء تمكين الخطوط الناهمية بعد إخفاقات الخدمة
- دراسة حالة شركة مرافق عامة: الانتقال من مستهدفات الامتثال إلى نتائج العملاء
- بطاقة قياس فجوة الثقافة لمؤسسة المشاركون
- إعداد مسودة خارطة طريق لثقافة محورها العميل
- لجنة مراجعة تنفيذية بين الزملاء والدفاع عن خارطة الطريق

المهارات المكتسبة

- تشخيص الثقافة المؤسسية
- قيادة استراتيجية العملاء
- تصميم حوكمة تجربة العملاء
- مواهمة الحوافز
- تقييم التميز في الخدمة
- الإشراف على مخاطر تغيير الثقافة
- تقييم الاستثمار في تجربة العملاء

لهذا تحضر هذه الدورة

- تخرج بخارطة طريق لثقافة محور العمل لمؤسستك، وقد اختبرها زملاؤك من القيادات التنفيذية
- ترى أين تعمل حوافزك وصلاحيات القرار لديك بصمت ضد وعدك للعملاء
- تحكم على مقترحات فرق تجربة العملاء والمستشارين مقابل نهج التميز في الخدمة المعروفة
- تتبادل الخبرات مع قيادات تنفيذية من قطاعات ودول مختلفة تقود التحول نفسه

الخاتمة

لا يدور التركيز على العميل إلا حين تبنى القيادات في طريقة اتخاذ المؤسسة لقراراتها ومكافأتها وحوكمتها، لا في بيانات القير وحدها. تنتقل هذه الدورة من تشخيص أسباب تعثر التركيز على العميل، مروراً بنهج التميز في الخدمة والثقافة التي تعرفه، وصولاً إلى مهارات القيادة والحوكمة والحوافز والمخاطر التي تحدد استمراره. ويحول اليوم الأخير هذه المعارف إلى خارطة طريق يعود بها المشاركون إلى زملائهم في القيادة جدول أعمال للتغيير الذي سيقوده.