CONCEPT

بناء ثقافة التركيز على العميل: القيادة والحوكمة والتميز في الخدمة

1 – 5 أغسطس 2027

الرياض - فندق خمس نجوم في حي كافد



بناء ثقافة التركيز على العميل: القيادة والحوكمة والتميز في الخدمة

المرجع: 16054_1099 **التاريخ:** 1 – 5 أغسطس 2027 **المكان:** الرياض - فندق خمس نجوم في حي كافد **الرسوم:** SAR 20000

العمق التقني: مفاهيمي · **أسلوب التطبيق:** دراسة حالة

مقدمة

تعلن معظم المؤسسات أن العميل أولا، لكن ميزانياتها وحوافزها وصلاحيات القرار فيها ما زالت تكافئ المستهدفات الداخلية، وتخبو مبادرات تجربة العملاء بعد انتهاء حملة إطلاقها. ويلحظ موظفو الخطوط الأمامية الفجوة بين القيم المعلنة وما تقيسه القيادات فعلا. 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 والحوافز 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 تدعمه 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 لاعتمادها من مجلس الإدارة أو اللجنة التنفيذية

الفئة المستهدفة

- الرؤساء التنفيذيون والمديرون العامون والمديرون المنتدبون الذين يحددون توجه المؤسسة
- أعضاء اللجان التنفيذية المسؤولون 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 محافظ التغيير المؤسسي

محاور الدورة

اليوم الأول: لماذا يتعثر التركيز على العميل

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

اليوم الثاني: أطر المؤسسات المتمحورة حول العميل

- مبادئ التميز في الخدمة ونموذجه في المواصفة ISO 23592
- نموذج EFQM 2025 للتميز المؤسسي: التوجه والتنفيذ والنتائج
- نموذج Denison للثقافة المؤسسية وأبعاد استبيانه
- الشبكة الثقافية Cultural Web عند Scholesg 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
- مواءمة تجربة الموظف في معايير التوظيف والتهيئة والتقدير
- ممارسات معايشة القيادات للعملاء والاستماع إلى الخطوط الأمامية

اليوم الرابع: المساءلة والمخاطر والعائد

- مواءمة الحوافز وعقود الأداء باستخدام بطاقة الأداء المتوازن
- الأهداف 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 الأمامية بعد إخفاقات الخدمة
- دراسة حالة شركة مرافق عامة: الانتقال من مستهدفات الامتثال إلى نتائج العملاء
- بطاقة قياس فجوة الثقافة لمؤسسة المشارك
- 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
- مواءمة الحوافز
- تقييم التميز في الخدمة
- الإشراف على مخاطر تغيير الثقافة
- تقييم الاستثمار في تجربة العملاء

لماذا تحضر هذه الدورة

- تخرج بخارطة طريق لثقافة محورها العميل 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 نماذج التميز في الخدمة المعروفة
- تتبادل الخبرات مع قيادات تنفيذية من قطاعات ودول مختلفة تقود التحول نفسه

الخاتمة

لا يدوم التركيز على العميل إلا حين تبنيه القيادات في طريقة اتخاذ المؤسسة لقراراتها ومكافآتها وحوكمتها، لا في بيانات القيم وحدها. تنتقل هذه الدورة من تشخيص أسباب تعثر التركيز على العميل، مرورا بنماذج التميز في الخدمة والثقافة التي تعرفه، وصولا إلى ممارسات القيادة والحوكمة والحوافز والمخاطر التي تحدد استمراره. ويحول اليوم الأخير هذه المعارف إلى خارطة طريق يعود بها المشارك إلى زملائه في القيادة جدول أعمال للتغيير الذي سيقوده.