



دورة:

استراتيجيات رحلة تجربة العميل

2024 أكتوبر 25 - 21

مدرّيد (اسبانيا)

Pestana CR7 Gran Vía

استراتيجيات رحلة تجربة العميل

رمز الدورة: LS12621 تاريخ الإنعقاد: 21 - 25 أكتوبر 2024 دولة الإنعقاد: مدريد (إسبانيا) - Vía Gran CR7 Pestana رسوم الإشتراك: Euro 5250

المقدمة

تجربة العملاء هي عامل مهم جدًا في تحقيق نجاح الأعمال التجارية في العالم الرقمي الحالي. تتضمن تجربة العملاء العديد من العوامل التي يجب النظر إليها ، بما في ذلك التواصل مع العملاء ، وجودة المنتج أو الخدمة المقدمة ، والعلاقات الشخصية ، وأكثر من ذلك. يتطلب تحسين تجربة العملاء معرفة جيدة بعملية تجربة العملاء وتطبيق استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العملاء.

الأهداف

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمفاهيم الأساسية والأدوات والتقنيات لتحسين تجربة العملاء ، وتحسين رضا العملاء ، وزيادة المبيعات والأرباح. سيتعلم المشاركون كيفية تحليل تجربة العملاء ، وتصميم تجربة العملاء الفعالة ، وتطبيق استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العملاء ، وقياس تجربة العملاء وتحليلها.

الكفاءات

يجب على المشاركين في هذا البرنامج التدريبي أن يكونوا لديهم خبرة في مجال الأعمال والتسويق ، وأن يكونوا مهتمين بتحسين تجربة العملاء ورضا العملاء. يفضل أن يكونوا متحمسين لتعلم التحليلات الاحصائية والتقنيات المتعلقة بتحسين تجربة العملاء.

الفئات المستهدفة

- يستهدف هذا البرنامج التدريبي جميع المهتمين بتحسين تجربة العملاء في الأعمال التجارية ، بما في ذلك المدراء التنفيذيين ، ومديرو التسويق ، والمديرين التنفيذيين لخدمة العملاء.
- موظفي خدمة العملاء والدعم الفني.
- المسؤولين عن تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية والتطبيقات.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم الذين يرغبون في تحسين تجربة العملاء وجعلها أفضل.
- أي شخص يعمل في مجال تجربة العملاء ويرغب في تطوير مهاراته ومعرفته بأحدث الاستراتيجيات.

المحاور التدريبية

اليوم الاول

فهم تجربة العملاء وجمع المعلومات

- مفهوم تجربة العملاء وأهميتها في الأعمال
- الطرق المختلفة لجمع معلومات العملاء الاستطلاعات، المقابلات، الملاحظة الميدانية
- تحليل البيانات وترجمتها إلى معلومات مفيدة لفهم تجربة العملاء.

اليوم الثاني

تصميم خريطة رحلة تجربة العملاء

- مفهوم خريطة رحلة تجربة العملاء وكيفية إنشائها
- تحديد مراحل الرحلة وتحديد نقاط الاتصال والتفاعل
- تصميم خريطة رحلة تجربة العملاء لمنتج أو خدمة معينة.

اليوم الثالث

تحسين تجربة العملاء

- مفهوم تحسين تجربة العملاء وكيفية تحسينها باستخدام الخريطة الحالية لرحلة تجربة العملاء
- أدوات التحليل المختلفة التي يمكن استخدامها لتحليل رحلة تجربة العملاء وتحديد المناطق التي يمكن تحسينها
- تدريب المشاركين على استخدام هذه الأدوات وتحليل البيانات التي تم جمعها لتحسين تجربة العملاء.

اليوم الرابع

تنفيذ استراتيجيات تحسين تجربة العملاء

- تحديد الخطوات التي يجب اتخاذها لتحسين تجربة العملاء وتنفيذ هذه الخطوات على أرض الواقع
- تدريب المشاركين على استخدام أدوات التحليل المختلفة ومراقبة الأداء لتحسين تجربة العملاء.
- التفاعلات الإيجابية والسلبية وكيفية التعامل معها

اليوم الخامس

قياس النتائج وتحليلها

- مفهوم قياس تجربة العملاء وأهميته في تقييم تأثير الإجراءات التي تم اتخاذها على تجربة العملاء
- الطرق المختلفة لقياس تجربة العملاء الاستطلاعات، الاختبارات، التحليلات المرجعية
- تحليل النتائج وتقديم توصيات للمستقبل.