



دورة:
استراتيجيات رحلة تجربة العميل

2025 - 12 - 8
لندن (المملكة المتحدة)
Landmark Office Space - Oxford

استراتيجيات رحلة تجربة العميل

رمز الدورة: LS12621 تاريخ الإنعقاد: 8 - 12 ديسمبر 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الإشتراك: 5500 Euro

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 ، وال العلاقات الشخصية ، وأكثر من ذلك. يتطلب تحسين تجربة العملاء معرفة جيدة بعملية تجربة العملاء وتطبيق استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العملاء.

أهداف البرنامج:

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويـد المشارـكـين بالمفاهـيم الأسـاسـية والأـدـوات والتـقـنيـات لـتحـسـين تـجـربـة العـمـلـاء ، وـتحـسـين رـضا العـمـلـاء ، وـزيـادة المـبـيـعـات والأـرـياـح. سـيـتـعـلـمـ المشارـكـون كـيفـيـة تـحلـيل تـجـربـة العـمـلـاء ، وـتـصـمـيم تـجـربـة العـمـلـاء الفـعـالـة ، وـتطـبـيقـ استراتيجـيات فـعـالـة لـتحـسـين تـجـربـة العـمـلـاء ، وـقـيـاس تـجـربـة العـمـلـاء وـتـحلـيلـها.

الكفاءات المستهدفة:

يجب على المشارـكـين في هذا البرنامج التدريـبي أن يكونـوا لديـهم خـبـرة في مجال الأـعـمـال والتـسـويـق ، وأن يكونـوا مـهـتمـين بـتحـسـين تـجـربـة العـمـلـاء وـرضـا العـمـلـاء. يـفـضـلـ أن يكونـوا مـتـحـمـسـين لـتـعـلـمـ التـحـلـيلـات الـاـحـصـائـية والتـقـنيـات المـتـعـلـقة بـتحـسـين تـجـربـة العـمـلـاء.

الجمهور المستهدف:

- يستهدف هذا البرنامج التدريـبي جميع المـهـتمـين بـتحـسـين تـجـربـة العـمـلـاء في الأـعـمـال التـجـارـية ، بما في ذلك المـدرـاء التـنـفيـذـيين ، ومـديـرو التـسـويـق ، والمـديـرين التـنـفيـذـيين لـخـدـمة العـمـلـاء.
- موظـفـي خـدـمة العـمـلـاء وـالـدـعـمـ الفـنـي.
- المـسـؤـولـين عن تصـمـيم وـطـبـوـرـ المـوـاقـعـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـة وـالـتـطـبـيقـاتـ.
- أصحاب الأـعـمـال الصـغـيرـة وـالـمـتوـسـطـة الـحـجمـ الـذـيـنـ يـرـغـبـونـ فيـ تـحـسـينـ تـجـربـةـ العـمـلـاءـ وـجـعـلـهـاـ أـفـضلـ.
- أي شخص يـعـمـلـ فيـ مـجاـلـ تـجـربـةـ العـمـلـاءـ وـيرـغـبـ فيـ تـطـبـوـرـ مـهـارـانـهـ وـمـعـرـفـتهـ بـأـحـدـثـ اـسـتـرـاتـيـجـياتـ.

المحاور العامة:

اليوم الأول:

فهم تجربة العملاء وجمع المعلومات

- مـفـهـومـ تـجـربـةـ العـمـلـاءـ وـأـهـمـيـتهاـ فيـ الأـعـمـالـ.
- الـطـرـقـ الـمـخـلـفـ لـجـمـعـ مـعـلـومـاتـ العـمـلـاءـ الـاـسـتـطـلـاعـاتـ،ـ الـمـقـابـلـاتـ،ـ الـمـلاـحظـةـ الـمـيـدانـيـةـ.
- تـحلـيلـ الـبـيـانـاتـ وـتـرـجـمـتـهاـ إـلـىـ مـعـلـومـاتـ مـفـيـدةـ لـفـهـمـ تـجـربـةـ العـمـلـاءـ.

ال يوم 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.

ال يوم 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.

ال يوم 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

ال يوم 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.