



دورة:
استراتيجيات رحلة تجربة العميل

22 - 26 يونيو 2026
لندن (المملكة المتحدة)

استراتيجيات رحلة تجربة العميل

رمز الدورة: LS12621 تاريخ الإنعقاد: 22 - 26 يونيو 2026 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5775

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.

أهداف البرنامج:

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 المستهدفة:

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.

الجمهور المستهدف:

- يستهدف هذا البرنامج التدريبي جميع المهتمين بتحسين تجربة العملاء في الأعمال التجارية ، بما في ذلك المدراء التنفيذيين ، ومدراء التسويق ، والمدراء 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 العامة:

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.