



دورة:
الاستراتيجيات والابتكار في إدارة تجربة العملاء

13 - 17 سبتمبر 2026
عمان (الاردن)

الاستراتيجيات والابتكار في إدارة تجربة العملاء

رمز الدورة: RR12898 تاريخ الإنعقاد: 13 - 17 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: عمان (الأردن) - رسوم الإشتراك: Euro 4200

المقدمة

في ظل التطورات السريعة في الأسواق العالمية والتحول الرقمي، أصبحت تجربة العملاء حجر الزاوية لنجاح الشركات وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. لم يعد مجرد تقديم منتج أو خدمة عالية الجودة كافياً، بل أصبح من الضروري فهم رحلة العميل بشكل شامل وتقديم تجربة تتجاوز توقعاته. في هذا السياق، تلعب الاستراتيجيات المبتكرة دوراً حاسماً في إدارة تجربة العملاء وضمان ولائهم.

تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تزويد المشاركين بالأدوات والمعرفة اللازمة لتطوير استراتيجيات فعّالة ومبتكرة تعزز من تجربة العملاء. سيتم استكشاف كيفية تحويل نقاط التفاعل مع العملاء إلى فرص لبناء علاقات أقوى وزيادة الرضا والولاء. كما سيتم التركيز على الابتكار كعنصر أساسي في تحسين تجربة العملاء وكيفية تطبيقه بشكل فعّال لتحقيق نتائج ملموسة.

خلال هذه الدورة، سيتم تقديم دراسات حالة واقعية وأمثلة عملية، بالإضافة إلى تمارين تفاعلية تساعد المشاركين على استيعاب المفاهيم وتطبيقها في بيئاتهم العملية. في النهاية، سيتعلم المشاركون كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات تجربة عملاء متكاملة تساهم في تعزيز التنافسية والنجاح المستدام لمؤسساتهم.

أهداف البرنامج:

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أهمية تجربة العملاء وتأثيرها على نجاح الأعمال.
- تطوير استراتيجيات فعّالة لتحسين تجربة العملاء.
- ابتكار حلول جديدة ومبتكرة لتحسين رضا العملاء وولائهم.
- تحليل نقاط التماس مع العملاء لتحسينها وتطويرها.
- تطبيق أدوات وتقنيات حديثة في إدارة تجربة العملاء.

الفئات المستهدفة:

هذه الدورة موجهة إلى:

- مدراء تجربة العملاء
- مدراء التسويق
- مدراء العمليات
- موظفي خدمة العملاء
- مدراء المنتجات
- أي شخص يشارك في تحسين تجربة العملاء داخل المؤسسة

المحاور العامه:

اليوم الأول:

فهم تجربة العملاء وتأثيرها

- تعريف تجربة العملاء وأهميتها
- العوامل المؤثرة على تجربة العملاء
- دراسة حالات عملية لتحسين تجربة العملاء

اليوم الثاني:

تطبيقات واستراتيجيات تحسين تجربة العملاء

- كيفية بناء استراتيجيات تجربة العملاء
- استراتيجيات لتعزيز رضا العملاء
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية لتجربة العملاء

اليوم الثالث:

الابتكار في تجربة العملاء

- دور الابتكار في تحسين تجربة العملاء
- تقنيات وأدوات الابتكار في إدارة تجربة العملاء
- كيفية تنفيذ الابتكارات الناجحة

اليوم الرابع:

تحليل نقاط التماس مع العملاء

- تحديد وتحليل نقاط التماس المختلفة مع العملاء
- تقنيات لتحسين كل نقطة تماس
- قياس رضا العملاء عند كل نقطة تماس

اليوم الخامس:

تطبيق الأدوات والتقنيات الحديثة

- استخدام التكنولوجيا لتحسين تجربة العملاء
- أدوات إدارة تجربة العملاء الرقمية

- تنفيذ برنامج تحسين تجربة العملاء في المؤسسة