



دورة:
الابتكار في تصميم تجربة العميل

12 - 16 إبريل 2027
روما (إيطاليا)

الابتكار في تصميم تجربة العميل

رمز الدورة: MA12986 تاريخ الإنعقاد: 12 - 16 إبريل 2027 دولة الإنعقاد: روما (إيطاليا) - رسوم الاشتراك: Euro 6050

المقدمة

في ظل التغيرات السريعة في عالم الأعمال، أصبح التركيز على تجربة العميل ضرورة ملحة لتحقيق التميز التنافسي وضمان رضا العملاء وولائهم. يهدف هذا البرنامج التدريبي "الابتكار في تصميم تجربة العميل" إلى تمكين المشاركين من فهم أعمق لتجربة العميل، وكيفية تصميم وتطوير استراتيجيات مبتكرة تحقق التميز في هذا المجال. يجمع البرنامج بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي لضمان استيعاب المهارات والأدوات المطلوبة لتحسين تجربة العملاء.

أهداف البرنامج

- فهم المفاهيم الأساسية لتجربة العميل وكيفية تأثيرها على الأعمال.
- اكتساب مهارات تصميم استراتيجيات مبتكرة لتجربة العميل.
- تحليل رحلة العميل واكتشاف نقاط التحسين.
- تطبيق الأدوات والتقنيات الحديثة لتحسين تجربة العميل.
- تعزيز التفكير الإبداعي في تصميم حلول مبتكرة تعزز ولاء العملاء.

الكفاءات المستهدفة

- مهارات تحليل رحلة العميل.
- القدرة على تصميم استراتيجيات مبتكرة وموجهة للعملاء.
- تحسين مهارات التواصل والتعاون مع الفرق المختلفة.
- استخدام أدوات التفكير الإبداعي لتحسين تجربة العملاء.
- تطوير رؤية شاملة حول تجربة العملاء وإدارة توقعاتهم.

الجمهور المستهدف

- العاملون في أقسام خدمة العملاء والتسويق.
- المدراء التنفيذيون والمسؤولون عن تجربة العميل.
- فرق تصميم وتطوير المنتجات والخدمات.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.

- أي شخص مهتم بتحسين تجربة العملاء في منظمته.

محاور البرنامج

اليوم الأول: مقدمة حول تجربة العميل

- التعريف بتجربة العميل وأهميتها.
- تحليل رحلة العميل: المفهوم والأدوات.
- استعراض أمثلة ناجحة في تصميم تجربة العملاء.

اليوم الثاني: أدوات وتقنيات تحسين تجربة العميل

- أدوات التفكير التصميمي Thinking Design.
- تحليل بيانات العملاء واستخدامها في اتخاذ القرارات.
- أدوات رسم خرائط رحلة العميل Mapping Journey Customer.

اليوم الثالث: الابتكار في تصميم تجربة العميل

- مبادئ وأساليب التفكير الإبداعي.
- تطوير حلول مبتكرة لتحسين نقاط الضعف في رحلة العميل.
- تطبيق ورش عمل تفاعلية لتطوير أفكار جديدة.

اليوم الرابع: التنفيذ وقياس الأداء

- تحويل الأفكار إلى استراتيجيات قابلة للتطبيق.
- قياس رضا العملاء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs.
- دراسة حالات عملية لتطبيق الابتكار في تجربة العميل.

اليوم الخامس: العرض والتقييم

- تقديم المشاركين لمشاريع تطبيقية حول تحسين تجربة العملاء.
- جلسة تقييم وملاحظات من الخبراء.
- توزيع الشهادات وختام البرنامج.