



دورة:
تحويل تجربة العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

12 - 16 يوليو 2027
لندن (المملكة المتحدة)

تحويل تجربة العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

رمز الدورة: SM13268 تاريخ الإنعقاد: 12 - 16 يوليو 2027 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5775

المقدمة:

تم تصميم هذا البرنامج التدريبي من قبل Center Training Horizon Global لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإعادة تشكيل تجربة العملاء من خلال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي. في ظل التغيرات المتسارعة في توقعات العملاء، بات من الضروري للمؤسسات الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لفهم احتياجات العملاء بدقة، وتخصيص التفاعل معهم، وتحسين رحلتهم مع العلامة التجارية. يركز هذا البرنامج على أحدث التقنيات التي تعيد صياغة تجربة العملاء، مثل روبوتات المحادثة، التحليلات التنبؤية، وأدوات تخصيص المحتوى، مع تطبيقات عملية من الواقع المؤسسي.

أهداف البرنامج:

بنهاية هذا البرنامج، سيتمكن المشاركون من:

- فهم مفهوم تجربة العملاء وعناصرها الأساسية في العصر الرقمي
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين نقاط التفاعل المختلفة مع العملاء
- تطوير نماذج ذكية لتخصيص الخدمات وتحليل ردود الفعل
- تطبيق تقنيات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء
- تصميم خارطة طريق لتحسين تجربة العميل باستخدام حلول ذكية قابلة للتنفيذ

منهجية التدريب:

- عروض تقديمية تفاعلية مدعومة بدراسات حالة
- تمارين تطبيقية لتحليل رحلة العميل وتحسينها
- مناقشات جماعية حول التحديات الواقعية وحلول الذكاء الاصطناعي
- استخدام أدوات وأمثلة تقنية واقعية مثل Chatbots، تحليل السلوك، محركات التوصية
- تطوير نموذج أولي Prototype لتحسين تجربة العملاء في نهاية البرنامج

الأثر المؤسسي:

- تحسين مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم
- تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال تقديم تجربة متميزة
- تقليل التكاليف التشغيلية المرتبطة بخدمة العملاء
- تسريع أتمتة العمليات التفاعلية باستخدام أدوات ذكية

- بناء ثقافة قائمة على الابتكار الرقمي والتحسين المستمر

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو تجربة العملاء وخدمة العملاء
- مدراء التسويق الرقمي والتحول المؤسسي
- مختصو البيانات وتحليل سلوك العملاء
- مدراء الابتكار وإدارة الجودة
- فرق التطوير المؤسسي والتقني

المحاور التدريبية:

اليوم الأول: مقدمة في تجربة العملاء والذكاء الاصطناعي

- مفهوم تجربة العملاء وأهميتها في البيئة الرقمية
- مكونات تجربة العملاء وطرق تحليلها
- دور الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل نقاط التفاعل
- التوجهات العالمية في CX المدعومة بالذكاء الاصطناعي

اليوم الثاني: تحليل رحلة العميل باستخدام البيانات

- أدوات رسم وتحليل رحلة العميل Mapping Journey Customer
- جمع وتحليل بيانات التفاعل من القنوات المختلفة
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد نقاط الضعف في التجربة
- قياس مؤشرات الأداء الرئيسية لتجربة العملاء KPIs CX

اليوم الثالث: التخصيص الذكي والتفاعل الفوري

- تقنيات تخصيص المحتوى والعروض باستخدام الذكاء الاصطناعي
- روبوتات الدردشة Chatbots ومساعدو الذكاء الاصطناعي
- أتمتة الردود والاستفسارات ومتابعة الخدمة
- دراسة حالة: تخصيص تجربة الشراء الإلكتروني في شركة كبرى

اليوم الرابع: التحليلات التنبؤية وقياس الرضا

- فهم سلوك العملاء من خلال خوارزميات التعلم الآلي
- تحليل التوجهات وردود الفعل عبر الوسائط الاجتماعية
- التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للعملاء
- تطوير استراتيجيات استباقية لتحسين الخدمة

اليوم الخامس: تصميم استراتيجية تحويل CX بالذكاء الاصطناعي

- بناء خطة استراتيجية لتحسين تجربة العملاء
- تكامل أدوات الذكاء الاصطناعي مع أنظمة CRM وقنوات الاتصال
- جلسة تطبيقية: تصميم نموذج لتجربة عميل محسّنة
- مراجعة وتقديم المشاريع الختامية وتقييم الأداء