



لتعزيز الأداء الدورة التدريبية: إدارة الجودة في قطاع التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي

يوليو ٢٠٢٦ ١٠ - ٠٦

طوكيو

(للشخص الواحد) € ٦٠٠٠

Ref: #QUA4310_385629



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



الإنترنت، من العوامل الرقمي، أصبحت جودة الخدمات والمنتجات الرقمية، في ظل التوسع الهائل للتجارة الإلكترونية والتسويق إدارة الجودة الشاملة في هذا القطاع الحيوي الحاسمة لتحقيق النجاح والتميز التنافسي. إن تطبيق وجودة تجربة العملاء عبر BIG BEN هذه الدورة العملاء، تعزيز الولاء، وتحقيق النمو المستدام لم يعد خياراً، بل ضرورة استراتيجية لبناء الثقة مع مبادئ في إدارة الجودة ضمن سياق المتخصصة التي تهدف إلى تمكين المشاركين من فهم للأعمال. يقدم Training Center جودة الموقع الإلكتروني، جودة المحتوى التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي. ستغطي الدورة وتطبيق أفضل الممارسات لجودة الأداء عمليات التسليم والشحن. سيتعلم المشاركون كيفية الرقمي، جودة خدمة العملاء عبر الإنترنت، وجودة مفاهيم (UX)، إدارة المخاطر في التجارة الرقمي، استخدام أدوات تحليل البيانات لتحسين تجربة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) جميع جوانب العمليات والأخلاقية**. إن هذا البرنامج التدريبي مصمم للإلكترونية، وضمان الامتثال للمعايير القانونية المستخدم البيع، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز الرقمية، من التسويق والإعلان إلى الشراء وما بعد لتمكين المهنيين من تحسين الجودة Edwards Deming خبراء في إدارة الجودة والتسويق الرقمي مثل W. العائد على الاستثمار. تستند الدورة إلى أعمال حول التحسين المستمر وكيفية بناء نظام جودة الحديثة، وكتابه " Out of the Crisis" يقدم رؤى ، الذي يُعتبر من رواد إدارة فعال. عميقة



الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التجارة الإلكترونية.
- مدراء التسويق الرقمي.
- أخصائيو تجربة المستخدم (UX) وواجهة المستخدم (UI).
- مدراء الجودة في الشركات الرقمية.
- مسؤولو خدمة العملاء عبر الإنترنت.
- أصحاب المتاجر الإلكترونية.
- مطورو الويب ومصممو المواقع.
- أخصائيو تحليل البيانات الرقمية.
- مدراء المنتجات الرقمية.
- الرقمية. أي شخص معني بتحسين الأداء والجودة في البيئة

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- شركات التجارة الإلكترونية.
- وكالات التسويق الرقمي.
- الشركات التي تقدم خدمات عبر الإنترنت.
- قطاع التجزئة (المتاجر التي لديها حضور رقمي).
- شركات الاتصالات.
- المؤسسات المالية التي تقدم خدمات رقمية.
- الشركات الإعلامية والنشر الرقمي.
- شركات تطوير البرمجيات والتطبيقات.
- الجهات الحكومية التي تقدم خدمات إلكترونية.
- القطاع التعليمي (المنصات التعليمية).



الأقسام المؤسسة المستهدفة:

- إدارة التجارة الإلكترونية.
- قسم التسويق الرقمي.
- خدمة العملاء.
- تطوير المنتجات (الرقمية).
- إدارة الجودة.
- تكنولوجيا المعلومات والتحليلات.
- سلسلة التوريد واللوجستيات (للشحن والتسليم).
- المبيعات عبر الإنترنت.
- الامتثال والشؤون القانونية.
- إدارة المخاطر الرقمية.

أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد



- والتسويق الرقمي. فهم مفاهيم إدارة الجودة في التجارة الإلكترونية
- والمحتوى الرقمي. تطبيق معايير الجودة على المواقع الإلكترونية
- (UI) تحسين تجربة المستخدم (UX) وجودة واجهة المستخدم
- إدارة جودة خدمة العملاء عبر القنوات الرقمية.
- قياس أداء الجودة وتحليل البيانات الرقمية.
- رقمياً. تطوير استراتيجيات لزيادة رضا العملاء وولائهم
- الإلكترونية. إدارة المخاطر الأمنية والاحتياط في التجارة
- الإلكترونية. تحسين عمليات الشحن والتسليم في المتاجر
- الرقمي. ضمان الامتثال للوائح وقوانين حماية المستهلك
- بناء ثقافة الجودة في البيئات الرقمية.

منهجية الدورة التدريبية:



لضمان اكتساب منهجية تدريبية متطورة تُدمج بين الأسس النظرية يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة على والتسويق الرقمي. تُقدم الدورة المشاركين لخبرات حقيقية في إدارة الجودة في قطاع الحديثة والتطبيقات العملية المباشرة، الممارسات والمعايير العالمية للجودة الرقمية، مزيجاً من المحاضرات التفاعلية التي تُركز على أفضل التجارة الإلكترونية رقمية مُحسّنة بتحليل مواقع إلكترونية حقيقية، تقييم جودة المحتوى بالإضافة إلى ورش عمل تطبيقية حيث يقوم المشاركون مثل Google Analytics ، لفهم سلوك للجودة. سيتم التركيز على أدوات وتقنيات تحليل الرقمي، وتصميم حملات تسويقية تتضمن المنهجية دراسات حالة لشركات رائدة في مجال المستخدمين وتحديد نقاط الضعف في تجربة العملاء. بيانات الويب، الجماعية، العصف عملاء استثنائية من خلال تطبيق استراتيجيات جودة التجارة الإلكترونية تُظهر كيف تمكنت من بناء تجارب قرارات استراتيجية مبنية على البيانات. الذهني، وتمارين حل المشكلات المعقدة لتعزيز القدرة فعالة. يتم تشجيع المناقشات BIG BEN المتدربين على تحسين الأداء الرقمي وتعزيز رضا تُقدم تغذية راجعة مستمرة ومفصلة لضمان قدرة على اتخاذ يتمكن المهنيين من قيادة التميز في الجودة الرقمية. العملاء وولائهم. يلتزم Training Center



خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

والتسويق الرقمي. الوحدة الأولى: أسس الجودة في التجارة الإلكترونية

- مفهوم الجودة الرقمية وأهميتها التنافسية.
- توقعات العملاء في البيئة الرقمية.
- العلاقة بين جودة التجارة الإلكترونية ورضا العملاء.
- معايير الجودة للمواقع الإلكترونية والتطبيقات.
- جودة المحتوى الرقمي وتأثيره على التفاعل.
- المقاييس الرئيسية لجودة الأداء الرقمي.
- التحديات الشائعة في إدارة الجودة الرقمية.

المستخدم (UI) الوحدة الثانية: جودة تجربة المستخدم (UX) وواجهة

- (UI) مبادئ تصميم تجربة المستخدم (UX) وواجهة المستخدم
- تصميم المواقع والتطبيقات سهلة الاستخدام.
- تحسين سرعة تحميل الموقع والاستجابة.
- قابلية الوصول (Accessibility) وتضمين المحتوى.
- اختبار قابلية الاستخدام (Usability Testing).
- تحليل خرائط الحرارة (Heatmaps) وتسجيلات الجلسات.
- دور التخصيص (Personalization) في تحسين التجربة.

العملاء. الوحدة الثالثة: إدارة جودة المحتوى الرقمي وخدمة



- استراتيجيات إنشاء محتوى رقمي عالي الجودة.
- جودة الإعلان الرقمي والحملات التسويقية.
- أهمية خدمة العملاء الرقمية وقنواتها.
- إدارة الشكاوى والاستفسارات عبر الإنترنت.
- تطوير بروتوكولات للتواصل الفعال مع العملاء.
- بناء الثقة والأمان في التعاملات الرقمية.
- أتمتة خدمة العملاء (Chatbots) ودورها في الجودة.

المخاطر. الوحدة الرابعة: جودة العمليات الرقمية وإدارة

- جودة عملية الشراء والدفع الإلكتروني.
- تحسين عمليات الشحن والتسليم وإدارة المرتجعات.
- إدارة المخاطر الأمنية وحماية البيانات.
- مكافحة الاحتيال في التجارة الإلكترونية.
- جودة البيانات في التسويق الرقمي وتحليلها.
- الإلكترونية. الامتثال القانوني واللوائح التنظيمية للتجارة
- التدقيق الداخلي لجودة العمليات الرقمية.

الجودة الرقمية. الوحدة الخامسة: التحسين المستمر وبناء ثقافة

- منهجيات التحسين المستمر في البيئة الرقمية.
- الجودة. استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس
- بناء ثقافة الجودة والمسؤولية المشتركة.
- التدريب والتطوير المستمر لفرق العمل الرقمية.
- الابتكار في التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي.
- تحويل ملاحظات العملاء إلى فرص للتحسين.
- والتسويق الرقمي. التوجهات المستقبلية في جودة التجارة الإلكترونية



الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل:

ورغباتهم لدرجة في التسويق الرقمي، هل سيصل الأمر إلى مرحلة تتنبأ مع التطور السريع للذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي أم أن التفاعل الإنساني سيظل محور تجعل مفهوم "جودة الخدمة" كما نعرفها اليوم أمراً فيها الأنظمة باحتياجات العملاء الجودة في عالم رقمي متزايد التعقيد؟ من الماضي،

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



والتسويق الرقمي، مما يتركزها المتكامل والفريد على إدارة الجودة في تتميز هذه الدورة من BIG BEN Training Center أساسيات التسويق أو التجارة. نحن نقدم منهجاً يضعها في مصاف الدورات الرائدة التي تتجاوز مجرد قطاع التجارة الإلكترونية هو تزويد المشاركين الرقمية وجودة التفاعل البشري مع العملاء عبر تعليمياً عميقاً يجمع بين الجودة التقنية للمنصات تعليم من جودة الإعلان إلى سرعة الموقع بالمهارات العملية لتحسين كل نقطة اتصال في رحلة الإنترنت. ما يميز هذه الدورة على البيانات الحقيقية ودراسات الحالة الملموسة، وكفاءة الشحن والتسليم. من خلال ورش العمل القائمة العميل الرقمية**، شاملة. إنها لا تكتفي تعزيز الولاء، وتحقيق عوائد استثمارية ملموسة من سيتعلم المتدربون كيفية بناء تجارب عملاء لا تُنسى، الرقمية، قادرين على إحداث تأثير تحولي بتقديم الأدوات، بل تُعد المشاركين ليكونوا قادة في خلال تطبيق استراتيجيات جودة في أعمالهم عبر الإنترنت. مجال الجودة