



# لا تُنسى الدورة التدريبية: تصميم رحلة العميل المثالية: فن بناء تجربة

Ref: #CUS4943



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

التنافسية. تُقدم هذه الدورة ولاء العملاء وتحقيق النمو المستدام للشركات في تُعد رحلة العميل المثالية حجر الزاوية في بناء رؤية معمقة للمبادئ والاستراتيجيات اللازمة لـ Center التدريبية الشاملة، التي صممها BIG BEN Training عالم اليوم شديد تحليل نقاط الاتصال، وتحديد الوعي الأولى ووصولاً إلى ما بعد عملية الشراء. لخلق تجارب استثنائية للعملاء، بدءاً من لحظة العملاء. نحن نركز على النهج الشمولي الذي يدمج نقاط الألم، وتصميم حلول مبتكرة تتجاوز توقعات يتعلم المشاركون كيفية الدورة أيضاً أفكار التكنولوجيا لتمكين الشركات من بناء علاقات قوية البيانات، وعلم النفس السلوكي، وأحدث الأدوات في مفهوم التسويق الفردي وعلاقات الأكاديمي العالمي دون بيتيرسون Don Peppers، الذي ودائمة مع عملائها. تستكشف المشاركين للمادة المطروحة. تُقدم الدورة منهجية عملية تركز العملاء، مما يضيف بعداً أكاديمياً وعملياً عميقاً يُعد رائداً قيمة العلامة التجارية في السوق. للمهارات اللازمة لتحويل رؤى العملاء إلى واقع على التطبيق الفعلي، مما يضمن اكتساب ملموس، وتعزيز

## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة



- مدراء تجربة العملاء
- متخصصو التسويق
- مدراء المنتجات
- أخصائيو خدمة العملاء
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة
- مدراء العمليات التشغيلية
- محللو الأعمال

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الخدمات المالية والبنوك
- التجزئة والتجارة الإلكترونية
- الاتصالات وتقنية المعلومات
- الرعاية الصحية
- الضيافة والسياحة
- القطاع الحكومي والهيئات العامة
- التعليم والتدريب

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة تجربة العملاء
- إدارة التسويق
- إدارة المبيعات
- إدارة المنتجات والتطوير
- خدمة العملاء والدعم الفني
- إدارة العمليات
- إدارة التحول الرقمي



## أهداف الدورة التدريبية:

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

- والقوة، تحليل رحلة العميل الحالية وتحديد نقاط الضعف
- تصميم خرائط رحلة العميل التفصيلية لقطاعات مختلفة.
- العملاء، تطبيق استراتيجيات تخصيص التجربة لزيادة ولاء
- العملاء، استخدام البيانات والتحليلات لتحسين مسارات
- تطوير حلول مبتكرة لنقاط الألم في رحلة العميل.
- بناء ثقافة تتمحور حول العميل داخل المؤسسة.
- والمؤسسي، قياس أثر تحسين رحلة العميل على الأداء المالي

## منهجية الدورة التدريبية:



BIG BEN تركز على التطبيق العملي للمفاهيم النظرية لضمان تتبنى هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، وورش العمل الجماعية، على مجموعة متنوعة من أساليب التدريب التي Center أقصى استفادة للمشاركين. يعتمد Training على تحليل سيناريوهات عملية وحل ودراسات الحالة الواقعية، والمناقشات المفتوحة. يتم تشمل المحاضرات التفاعلية، لتمكين اتخاذ القرارات السليمة. يتم توفير تغذية راجعة المشكلات في بيئة محاكاة، مما يعزز قدراتهم على تشجيع المشاركين المشاركين من تحويل التحديات المشاركين من تطوير مهاراتهم بشكل فعال. تهدف بناءة ومستمرة من قبل المدربين الخبراء العملية والابتكار، وذلك من خلال تطبيق الأطر والأدوات المتعلقة بتجربة العميل إلى فرص للتحسين المنهجية إلى تمكين المكتسبة في سياقاتهم

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: فهم أساسيات رحلة العميل.

- العميل في قلب العمل التجاري.
- تعريف رحلة العميل وأهميتها.
- العميل التحول من المبيعات المرتكزة على المنتج إلى تجربة
- مكونات رحلة العميل الرئيسية.
- أهمية رسم خرائط رحلة العميل.
- الاستفادة من بيانات العملاء.
- الأساسيات النفسية لسلوك العميل.



## الوحدة الثانية: تحليل وتخطيط رحلة العميل.

- أدوات وتقنيات رسم خرائط رحلة العميل.
- تحديد نقاط الاتصال الرئيسية.
- تحليل نقاط الألم والفرص في رحلة العميل.
- تطوير شخصيات العميل ((Buyer Personas)).
- الجمع بين البيانات النوعية والكمية.
- تصميم رحلة العميل المثالية خطوة بخطوة.
- تحديد الأهداف والمقاييس لكل مرحلة.

## الوحدة الثالثة: تصميم تجربة عميل استثنائية.

- مبادئ تصميم تجربة المستخدم (UX) وتطبيقها.
- التخصيص والتمكين في رحلة العميل.
- دور التكنولوجيا في تعزيز تجربة العميل.
- تصميم رحلات سلسلة متكاملة عبر القنوات.
- الابتكار في تقديم الخدمات والمنتجات.
- بناء ولاء العملاء من خلال التجربة.
- التعامل مع الشكاوى والتعليقات السلبية بفعالية.

## الوحدة الرابعة: قياس وتحسين رحلة العميل.



- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لرحلة العميل.
- أدوات وتقنيات قياس رضا العملاء.
- تحليل البيانات وتقارير الأداء.
- استخدام التغذية الراجعة للتحسين المستمر.
- تصميم وتنفيذ استراتيجيات التحسين.
- التعلم المستمر من تجارب العملاء.
- دراسات حالة لشركات نجحت في تحسين رحلة العميل.

## الوحدة الخامسة: بناء ثقافة تتمحور حول العميل.

- دور القيادة في تعزيز ثقافة العميل.
- تدريب وتمكين الموظفين.
- أهمية التواصل الداخلي الفعال.
- المحاذاة بين الأقسام لتحقيق أهداف العميل.
- بناء فريق عمل يركز على العميل.
- التعامل مع التغيير ومقاومة التحول.
- الالتزام بالتميز في خدمة العملاء.

## 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:

تجربة العميل؟ قصيرة الأجل واستثماراتها طويلة الأجل في تحسين كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين أهداف الربحية

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

نركز على تقديم يجمع بين أحدث النظريات الأكاديمية وأفضل الممارسات تتميز هذه الدورة التدريبية بتصميمها الفريد الذي الصناعات لتمكين المشاركين من رؤى عميقة بدلاً من مجرد سرد الأدوات، ونقدم أمثلة العملية في مجال تجربة العميل. نحن منهجية تفاعلية للغاية، تشمل ورش عمل مكثفة، تطبيق المفاهيم في سياقاتهم الخاصة. تعتمد الدورة عملية من مختلف BIG بتقديم اكتساب المشاركين لمهارات عملية قابلة للتطبيق ودراسات حالة واقعية، ومناقشات موجهة، مما يضمن على تصميم وإدارة رحلات عملاء استثنائية، محتوى عالي الجودة يُحدث فرقاً حقيقياً في قدرات فوراً. يلتزم BEN Training Center للأعمال. مما يعزز ولاء العملاء ويحقق نمواً مستداماً للمشاركين على