



الرقمية الدورة التدريبية: بناء تجربة عملاء استثنائية في التجارة الإلكترونية

Ref: #CUS8909



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

والمهارات اللازمة لتحقيق التدريبية الشاملة والمصممة خصيصاً لتزويد يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة دعم، بل الإلكترونية المتسارع. في عصر يتسم بالتنافسية التميز في خدمة العملاء في عالم التجارة المحترفين بالمعرفة تتناول هذه الدورة المنهجيات أصبحت حجر الزاوية في بناء ولاء العملاء وتحقيق الشديدة، لم تعد خدمة العملاء مجرد وظيفة ومستجيبة. التوقعات التقليدية، بدءاً من فهم رحلة العميل المبتكرة والاستراتيجيات الفعالة التي تتجاوز النمو المستدام. مع العملاء عبر قنوات الاتصال ستتعلم كيفية تحويل التحديات إلى فرص، وكيفية بناء الرقمية وصولاً إلى تقديم حلول شخصية من لتحسين تجربة العملاء بشكل مستمر. تعتمد الدورة على المتعددة، وكيفية استخدام البيانات والتحليلات علاقات قوية Jakob، الذي أرسى دعائم أعمال رواد الفكر في هذا المجال مثل البروفيسور أحدث الدراسات والممارسات العالمية، وتستلهم هذه الدورة توفر رؤى عميقة في كيفية تطبيق مهمة في فهم قابلية الاستخدام وتجربة المستخدم جاكوب نيلسن (Nielsen) التجارية. التجارة الإلكترونية، مما يضمن أن يكون كل تفاعل مع مبادئ التصميم المتمحور حول العميل في سياق الرقمية. عملاء لا تُنسى، إنها فرصة لاكتساب ميزة تنافسية من خلال تقديم خدمة العميل إضافة قيمة تعزز الولاء للعلامة



لأالفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء خدمة العملاء في التجارة الإلكترونية.
- متخصصو تجربة العملاء الرقمية.
- التجارة الإلكترونية أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة العاملين في
- مدراء التسويق الرقمي والمبيعات عبر الإنترنت.
- مطورو المنتجات والخدمات الرقمية.
- محللو بيانات العملاء وتحليل السلوك الشرائي.
- الإلكترونية مدراء العمليات والخدمات اللوجستية في التجارة
- الإلكترونية المشرفون على فرق الدعم الفني في المتاجر

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة الإلكترونية.
- الإلكترونية قطاع الخدمات اللوجستية والشحن للتجارة
- شركات تطوير البرمجيات وحلول التجارة الإلكترونية.
- شركات الدفع الإلكتروني والخدمات المالية الرقمية.
- الإنترنت شركات التسويق الرقمي ووكالات الإعلان عبر
- صناعة الأزياء والموضة عبر الإنترنت.
- صناعة الإلكترونيات الاستهلاكية عبر الإنترنت.
- صناعة المواد الغذائية والتوصيل عبر الإنترنت.
- رقمية للجمهور الهيئات الحكومية وما في حكمها التي تقدم خدمات

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة خدمة العملاء
- إدارة تجربة العميل
- إدارة المبيعات والتسويق الرقمي
- إدارة العمليات والخدمات اللوجستية
- إدارة المنتجات الرقمية
- إدارة التحليلات والبيانات
- إدارة الاتصالات والعلاقات العامة
- إدارة التدريب والتطوير

أهداف الدورة التدريبية:

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

- الإلكترونيات تطوير استراتيجيات خدمة العملاء في التجارة
- فهم سلوك المستهلك الرقمي وتوقعاته
- تصميم رحلة عميل سلسلة ومحسنة عبر الإنترنت
- إدارة قنوات الاتصال المتعددة بكفاءة
- تحليل بيانات العملاء لتحسين الأداء
- بناء ولاء العملاء وتعزيز رضاهم
- التعامل مع الشكاوى وحل المشكلات بفعالية
- استخدام التقنيات الحديثة في دعم العملاء
- تطبيق أفضل الممارسات في خدمة العملاء الرقمية
- قياس أداء خدمة العملاء وتحسينه باستمرار

منهجية الدورة التدريبية:



النظرية في سياقات منهجية تدريبية تفاعلية ومبتكرة، تهدف إلى تمكين يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة العملاء في التجارة الإلكترونية، تتبعها عملية وحقيقية. تبدأ الدورة بتقديم مفاهيم أساسية المشاركين من تطبيق المفاهيم المبتكرة. يتم التركيز بشكل كبير على دراسات الحالة جلسات نقاش مكثفة حول التحديات الشائعة والحلول حول خدمة تشمل المنهجية مختلفة وتطوير استراتيجيات حل المشكلات، مما يعزز الواقعية، حيث يقوم المشاركون بتحليل سيناريوهات وتطوير حلول تعاونية لتحديات خدمة أيضاً ورش عمل جماعية تتيح للمشاركين تبادل الخبرات مهاراتهم التحليلية واتخاذ القرار. الثقة. كما بيئات التجارة الإلكترونية، مما يمكن المتدربين من العملاء المعقدة. يتم استخدام أدوات محاكاة لتمثيل والمعرفة، على تحديد نقاط القوة سيتم توفير تغذية راجعة بناءة ومستمرة من المدربين ممارسة التفاعلات مع العملاء واكتساب أن يكتسب المشاركون فهماً عميقاً وتحسين المجالات التي تحتاج إلى تطوير. تضمن هذا الخبراء، مما يساعد المشاركين العملاء المتميزة في بفعالية في بيئات العمل الحقيقية، مما يؤهلهم للمفاهيم، بالإضافة إلى القدرة على تطبيقها المنهجية التجارة الإلكترونية لتطوير استراتيجيات خدمة

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



الإلكترونية^١: الوحدة الأولى: فهم أسس خدمة العملاء في التجارة

- مفهوم خدمة العملاء في العصر الرقمي^١.
- أهمية تجربة العميل في التجارة الإلكترونية^١.
- توقعات العملاء المتغيرة في البيئة الرقمية^١.
- العوامل المؤثرة في رضا العميل عبر الإنترنت^١.
- دور التكنولوجيا في تعزيز خدمة العملاء^١.
- تحديات خدمة العملاء في التجارة الإلكترونية^١.
- مفاهيم ولاء العملاء وبناء العلاقات المستدامة^١.

الوحدة الثانية: بناء رحلة عميل استثنائية^١

- مراحل رحلة العميل في التجارة الإلكترونية^١.
- تحديد نقاط الاتصال الرئيسية للعميل^١.
- تصميم خرائط رحلة العميل الرقمية^١.
- تحسين تجربة المستخدم على المنصات الإلكترونية^١.
- التخصيص والتخصيص الفائق في التفاعل مع العميل^١.
- أهمية سرعة الاستجابة وفعالية التواصل^١.
- قياس وتحليل فعالية رحلة العميل^١.

العملاء^١: الوحدة الثالثة: استراتيجيات الاتصال الفعال ودعم



- التواصل الاجتماعي: البريد الإلكتروني، الدردشة، الهاتف، وسائل قنوات الاتصال المتعددة في التجارة الإلكترونية
- أفضل الممارسات في كتابة الرسائل الموجهة للعملاء.
- الرقمية: الاستماع الفعال والتواصل غير اللفظي في البيئة
- إدارة التوقعات والتعامل مع العملاء الصعبين.
- بناء قاعدة معرفية للأسئلة الشائعة.
- دور الذكاء الاصطناعي في دعم العملاء.
- أتمتة خدمة العملاء وفوائدها.

العملاء: الوحدة الرابعة: تحليل البيانات وتحسين أداء خدمة

- التجارة الإلكترونية: مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لخدمة العملاء في
- أدوات تحليل بيانات العملاء.
- تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
- والبيانات: تحديد مجالات التحسين بناءً على الملاحظات
- تحسين العمليات بناءً على تحليل سلوك العملاء.
- دور التغذية الراجعة من العملاء في تطوير الخدمة.
- تحليل رضا العملاء ومؤشرات الولاء.

الوحدة الخامسة: بناء ولاء العملاء وإدارة السمعة.

- برامج ولاء العملاء ومكافآتهم.
- بناء مجتمعات العملاء عبر الإنترنت.
- إدارة سمعة العلامة التجارية الرقمية.
- التعامل مع المراجعات السلبية والإيجابية.
- تحويل العملاء الراضين إلى سفراء للعلامة التجارية.
- إدارة الأزمات والتواصل في حالات الطوارئ.
- بناء ثقافة تتمحور حول العميل داخل المؤسسة.



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:

التي تعزز ولاء للمؤسسات تحقيق التوازن بين الكفاءة التشغيلية في عصر تتزايد فيه أتمتة خدمة العملاء، كيف يمكن العميل في التجارة الإلكترونية؟ والحفاظ على اللمسة الإنسانية

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



عن الدورات التي تقدم الأكاديمية والتطبيقية لخدمة العملاء في التجارة تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على الجوانب سلوك المستهلك الرقمي وتصميم تجربة مجرد لمحة سطحية. نعتد على أحدث الأبحاث والدراسات الإلكترونية، مما يميزها يمكن تطبيقها عبر أي متيّن. بدلا من التركيز على أدوات معينة، نركز المستخدم، مما يوفر للمشاركين أساساً نظرياً في مجال تقديم أمثلة عملية غنية بالرؤى من صناعات منصة أو نظام، مما يضمن مرونة المعرفة المكتسبة. على المبادئ والمفاهيم التي الحالة والعمل الاستراتيجيات في سياقات مختلفة. كما أن منهجية متنوعة، مما يساعد المشاركين على فهم كيفية تطبيق يتم ليس فقط المعرفة، بل أيضاً القدرة على الجماعي والنقاشات المفتوحة تضمن أن يكتسب الدورة التي تعتمد على دراسات قادة فكر في مجال الدورة لا تهدف فقط إلى تزويد المشاركين التفكير النقدي وحل المشكلات بشكل إبداعي. هذه المتدربون صياغة استراتيجيات فعالة ومستدامة لخدمة العملاء في التجارة الإلكترونية، قادرين على المعلومات، بل إلى تحويلهم إلى