

إدارة تجربة العملاء



GENTEX®
TRAINING CENTER



المقدمة

تعد تجربة العملاء من أهم العوامل التي تميز الشركات الناجحة في الأسواق اليوم. فالشركات التي تقدم تجارب متميزة لعملائها لا تعزز الولاء فحسب، بل تسهم أيضاً في تحقيق نمو مستدام وزيادة الإيرادات. إدارة تجربة العملاء MXC تهدف إلى ضمان أن كل تفاعل بين العميل والعلامة التجارية يُدار بعناية، بدءاً من أول نقطة تلامس إلى آخر نقطة.

تقدم دورة "إدارة تجربة العملاء" التي ينظمها مركز جنتكس للتدريب فهماً شاملاً للطرق والأدوات اللازمة لإدارة وتحسين تجربة العملاء عبر جميع مراحل دورة حياتهم مع الشركة. خلال خمسة أيام من التدريب المكثف، سيتعرف المشاركون على استراتيجيات تصميم تجارب العملاء الفعّالة، وتوظيف التقنيات الحديثة، وكيفية استخدام بيانات العملاء لتحسين الأداء وتعزيز العلاقة مع العملاء. الدورة تُعد المشاركين للارتقاء بمستوى الخدمة وتحقيق رضا العملاء بشكل متميز.

أهداف دورة إدارة تجربة العملاء

- فهم أهمية تجربة العملاء وأثرها على ولاء العملاء والأرباح.
- تعلم كيفية تصميم استراتيجيات تجربة العملاء التي تتماشى مع أهداف الأعمال.
- اكتساب مهارات تحليل ورسم خرائط رحلة العملاء وتحديد نقاط التماس الحيوية.
- استخدام آليات جمع ملاحظات العملاء مثل الاستبيانات، المجموعات البؤرية، والاستماع عبر الوسائل الاجتماعية.
- تحسين تجارب العملاء باستخدام تقنيات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي والأتمتة.



- معرفة كيفية قياس الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية sIPK وتحليل بيانات العملاء.
 - تطوير استراتيجيات لتحسين التواصل بين الفرق المختلفة لضمان تجربة سلسلة للعملاء.
 - التعامل مع ملاحظات العملاء السلبية وتحويلها إلى فرص لتحسين الخدمة.
 - فهم التحديات والفرص المرتبطة بتطبيق استراتيجيات تجربة العملاء في مختلف الصناعات.
 - تحسين خدمة العملاء وضمان تقديم تجارب استثنائية من خلال اتخاذ قرارات مبنية على البيانات.
- بنهاية الدورة، سيكون المشاركون قادرين على قيادة المبادرات المتعلقة بتجربة العملاء في مؤسساتهم وتصميم استراتيجيات تركز على العميل وتحقيق النجاح المستدام.

منهجية الدورة

تعتمد دورة "إدارة تجربة العملاء" على منهجية تعليمية تفاعلية تجمع بين الجانب النظري والتطبيقي. سيستفيد المشاركون من دراسات الحالة الحقيقية، والتمارين العملية، والنقاشات الجماعية التي ستساعدهم على تطبيق المبادئ التي يتعلمونها في بيئات العمل الفعلية. كما سيتم تنظيم ورش عمل لتمكين المشاركين من تنفيذ استراتيجيات إدارة تجربة العملاء بشكل عملي. سيتاح للمشاركين أيضاً فرصة للتفاعل مع خبراء في هذا المجال للحصول على رؤى حول أفضل الممارسات.

الفئات المستهدفة

- مديري تجربة العملاء الذين يسعون لتحسين استراتيجياتهم وتنفيذ تجارب متميزة.
- مديري التسويق الذين يتعاملون مع تحسين تجربة العميل وجذب العملاء الجدد.
- مسؤولي خدمة العملاء الذين يهدفون إلى تحسين التفاعل مع العملاء.



- مديري المبيعات الذين يتطلعون إلى تحسين تجربتهم مع العملاء الرئيسيين.
- مسؤولي الموارد البشرية الذين يسعون لتحسين تجربة الموظفين وتفاعلهم مع العملاء.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة الذين يسعون لتحسين العلاقة مع عملائهم وزيادة رضاهم.

محتوى دورة إدارة تجربة العملاء

اليوم الأول: مقدمة في إدارة تجربة العملاء

- تعريف تجربة العملاء وأهميتها في نمو الأعمال.
- تأثير تجربة العملاء على رضا العملاء، والولاء، والأرباح.
- فهم العلاقة بين تجربة العملاء والتسويق والمبيعات.
- تطوير ثقافة تركز على العميل في المؤسسات.
- دراسة حالة: كيف تحقق الشركات الرائدة تجربة عميل استثنائية؟
- نقاش جماعي: التحديات التي تواجهها الشركات في تحسين تجربة العملاء.

اليوم الثاني: رسم خرائط رحلة العميل

- مقدمة في خرائط رحلة العميل وأهميتها في تحسين تجربة العملاء.
- تقنيات إنشاء خرائط رحلة العميل الناجحة.
- تحديد نقاط التفاعل الحيوية التي تؤثر في تجربة العميل.
- تحليل سلوك العملاء وآلامهم أثناء الرحلة.



- تمرين عملي: رسم خرائط رحلة العميل للمنتج أو الخدمة.

- مناقشة كيفية تحسين رحلة العميل بناءً على التحليل.

اليوم الثالث: جمع واستخدام ملاحظات العملاء

- استراتيجيات جمع الملاحظات من العملاء: الاستبيانات، المجموعات البؤرية، وسائل التواصل الاجتماعي.

- تحليل ملاحظات العملاء لاستخلاص البيانات المفيدة.

- كيفية معالجة الشكاوى السلبية وتحويلها إلى فرص.

- أفضل الطرق لتحفيز العملاء على تقديم ملاحظات بناءة.

- تمرين: تصميم استبيان لجمع ملاحظات العملاء.

- حلقة نقاش: ممارسات إدارة ملاحظات العملاء في الشركات الناجحة.

اليوم الرابع: تحسين تجربة العملاء باستخدام التقنيات الرقمية

- دور التحول الرقمي في إدارة تجربة العملاء.

- أدوات وتقنيات لرفع مستوى تجربة العميل باستخدام الذكاء الاصطناعي والأتمتة.

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع العملاء وتعزيز تجربتهم.

- دمج الأنظمة الرقمية لتحسين التجربة عبر جميع نقاط التفاعل.

- دراسة حالة: استراتيجيات الشركات الرقمية لتحسين تجربة العملاء.

- نقاش: التحديات التي تواجهها الشركات في تبني التقنيات الرقمية.



اليوم الخامس: قياس وتحسين تجربة العملاء

- مؤشرات الأداء الرئيسية sIPK لقياس نجاح تجربة العملاء.
- استخدام تحليلات البيانات لتحسين تجربة العميل ورفع مستوى الخدمة.
- تطوير استراتيجيات مستمرة لتحسين تجربة العملاء على المدى الطويل.
- كيفية ضمان التنسيق بين الفرق المختلفة لتحقيق تجربة موحدة للعملاء.
- نشاط عملي: إنشاء استراتيجية لتحسين تجربة العملاء في المؤسسة.
- ملخص الدورة: كيف تضمن نجاح تجربة العملاء في مؤسستك؟

الخاتمة

بإتمام دورة "إدارة تجربة العملاء" بنجاح مع مركز جنتكس للتدريب، سيكون المشاركون قد اكتسبوا مهارات شاملة لإدارة وتحسين تجربة العملاء في مؤسساتهم. سيتعلمون كيفية تصميم استراتيجيات تركز على العميل، ورسم خرائط رحلات العملاء، وتحليل الملاحظات، واستخدام التقنيات الرقمية لتحسين التفاعل مع العملاء. الدورة تركز على توفير معرفة قابلة للتطبيق تساهم في رفع رضا العملاء وتعزيز الولاء لهم، مما يؤدي إلى تحسين أداء الأعمال والنمو المستدام. الدورة تُمكن المشاركين من تحقيق نتائج ملموسة تدعم التطوير المستمر وليس مجرد الحصول على شهادة.