

تخطيط رحلة العميل المؤسسي وتصميم تجربة العملاء



GENTEX[®]
TRAINING CENTER



المقدمة:

يُعد فهم رحلة العميل المؤسسي وتصميم تجارب متميزة من المكونات الأساسية لأي مؤسسة تسعى إلى تعزيز رضا العملاء وولائهم وتحسين أداء العلامة التجارية بشكل عام. تقدم هذه الدورة الشاملة التي تستمر لمدة خمسة أيام بعنوان "تخطيط رحلة العميل المؤسسي وتصميم تجربة العملاء" من مركز جنتكس للتدريب، المعرفة المتخصصة والمهارات العملية اللازمة لرسم رحلة العميل بشكل فعال وتصميم تجارب استثنائية. سيتقن المشاركون المنهجيات والأدوات الهامة لتحليل تفاعلات العملاء وتحديد مجالات التحسين وتنفيذ حلول تصميمية استراتيجية.

أهداف دورة تخطيط رحلة العميل المؤسسي وتصميم تجربة العملاء:

- فهم شامل لعمليات تخطيط رحلة العميل المؤسسي.
- تعلم تقنيات تحديد نقاط الاتصال الأساسية واللحظات المهمة في رحلة العميل.
- إتقان الطرق العملية لجمع وتحليل آراء العملاء.
- تطوير مهارات تصميم تجارب سلسلة تركز على العميل.
- فهم دور تخطيط رحلة العميل في تحسين رضا العملاء والحفاظ عليهم.
- تطبيق الأدوات اللازمة لتوثيق وتصوير تجارب العملاء بوضوح.
- تحديد فرص استراتيجية لتحسين تفاعلات العملاء المؤسسيين.
- تطبيق استراتيجيات قابلة للتنفيذ لتحسين تجربة العملاء عبر مختلف القنوات.



منهجية الدورة:

تعتمد الدورة على المحاضرات النظرية والورش التفاعلية، ودراسات الحالة، والمناقشات الجماعية، والتطبيقات العملية.

الفئات المستهدفة:

- المتخصصون في تجربة العملاء
- مدراء التسويق والمبيعات
- مسؤولو تطوير الأعمال
- قادة خدمة العملاء
- مدراء المنتجات
- محللو الأعمال

محتوى دورة تخطيط رحلة العميل المؤسسي وتصميم تجربة العملاء:

اليوم الأول: مقدمة في تخطيط رحلة العميل

- فهم تجربة العميل ورحلته



- أهمية وفوائد تخطيط رحلة العميل
- تحديد وتحليل شخصيات العملاء
- التعرف على مراحل دورة حياة العميل
- ورشة تطبيقية: بناء شخصيات عملاء فعالة

اليوم الثاني: نقاط الاتصال وتحليل التفاعلات

- تعريف وتحديد نقاط اتصال العميل
- تقييم فعالية التفاعلات مع العملاء
- تخطيط مشاعر العملاء وتوقعاتهم
- التعرف على الفجوات وفرص التحسين
- جلسة تفاعلية: تخطيط نقاط الاتصال من واقع عملي

اليوم الثالث: الأدوات والتقنيات لتخطيط رحلة العميل

- نظرة عامة على أدوات وبرامج التخطيط
- تقنيات تصوير رحلة العميل
- أدوات جمع البيانات وآراء العملاء
- إجراء المقابلات والاستبيانات بشكل فعال
- ورشة عمل: إنشاء خريطة تفصيلية لرحلة العميل



اليوم الرابع: تصميم وتنفيذ تجربة العملاء

- مبادئ تصميم تجربة تركز على العميل
- تصميم تفاعلات مميزة مع العملاء
- دمج تجربة العميل عبر القنوات المختلفة
- دراسات حالة: تجارب ناجحة في تصميم تجربة العملاء
- نشاط جماعي: تصميم وتقديم استراتيجيات التجربة

اليوم الخامس: تحسين وقياس تجربة العملاء

- وضع مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس تجربة العملاء
- تقنيات مراقبة وتحسين تجربة العملاء
- استراتيجيات التحسين المستمر
- إدارة حلقة ردود فعل العملاء
- ورشة تطبيقية: تطوير خطة عمل لتحسين مستمر لتجربة العملاء

الخاتمة:

عند الانتهاء بنجاح من دورة تخطيط رحلة العميل المؤسسي وتصميم تجربة العملاء مع مركز جنتكس للتدريب، سيمتلك المشاركون المعرفة والخبرة العملية اللازمة لتعزيز تفاعلات العملاء وتحقيق نمو مستدام ورضا مستمر للعملاء.