€TRAINING

الشهادة المهنية في استراتيجيات رحلة تجربة العميل



8 - 12 يناير 2024

طرابزون (تركيا)

Radisson Blu Trabzon

الشهادة المهنية في استراتيجيات رحلة تجربة العميل

رمز الدورة: B994 تاريخ الإنعقاد: 8 - 12 يناير 2024 دولة الإنعقاد: طرابزون (تركيا) - Trabzon Blu Radisson التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بالمهارات والأدوات اللازمة لتصميم وتنفيذ استراتيجيات رحلة العملاء وتجربة العملاء بفعالية وكفاءة. في عالم اليوم المتغير بسرعة، لا يكفي الاستمرار في توفير منتجات وخدمات عالية الجودة بشكلٍ عام، فالعملاء يتطلعون إلى تجربة شاملة ومريحة أثناء التفاعل مع الشركات. ومن خلال توفير تجربة عملاء جيدة، يمكن للشركات الحصول على العملاء المخلصين وزيادة حصتها السوقية.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذه البرنامج التدريبي سيتم :

- فهم مفهوم رحلة العملاء وتجربة العملاء وأهميتهما في تحسين تجربة العملاء.
- تحديد وتحليل نقاط اللمس المختلفة في رحلة العملاء.
- تعلم كيفية تحسين تجربة العملاء في كل مرحلة من رحلة العملاء.
- تعلم كيفية قياس تأثير الاستراتيجيات المختلفة على تجربة العملاء.
- تعلم كيفية تصميم خطط العمل لتحسين تجربة العملاء.

الفئات المستهدفة:

- مدراء تجربة العملاء والتسويق.
- مسؤولي الخدمة العملاء.
- المسؤولين عن الابتكار والتطوير.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

مفهوم رحلة العملاء وتجربة العملاء

- مفهوم رحلة العملاء وتجربة العملاء
- أهمية تحسين تجربة العملاء
- كيفية تحديد متطلبات العملاء وتحديد الأهداف
- مراحل رحلة العملاء ونقاط اللمس

الوحدة الثانية:

تحليل رحلة العملاء وتحسين تجربة العملاء

- كيفية تحليل رحلة العملاء
- تحليل البيانات وتحديد نقاط التحسين
- تطوير استراتيجيات لتحسين تجربة العملاء

الوحدة الثالثة:

تصميم استراتيجيات تجربة العملاء

- كيفية تصميم خطة تجربة العملاء
- تحديد المنافسين والعوامل الرئيسية التي تؤثر على تجربة العملاء
- استخدام أدوات التفاعل والتواصل لتحسين تجربة العملاء

الوحدة الرابعة:

تنفيذ استراتيجيات تجربة العملاء

- كيفية تنفيذ استراتيجيات تجربة العملاء
- تحديد الموارد والأدوات اللازمة لتنفيذ تجربة العملاء
- تطبيق تجربة العملاء عبر القنوات المختلفة

الوحدة الخامسة:

قياس تأثير استراتيجيات تجربة العملاء

- أدوات القياس الرئيسية لتجربة العملاء
- كيفية تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية
- تحليل البيانات وتحديد تأثير استراتيجيات تجربة العملاء