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



28 ديسمبر 2026 - 01 يناير 2027
باريس
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #CUS4943_372466

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

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

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- 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:

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

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

منهجية الدورة التدريبية:

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

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: فهم أساسيات رحلة العميل.

- العميل في قلب العمل التجاري.
- تعريف رحلة العميل وأهميتها.
- التحول من المبيعات المرتكزة على المنتج إلى تجربة العميل.
- 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 سلسة ومتكاملة 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:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

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

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

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