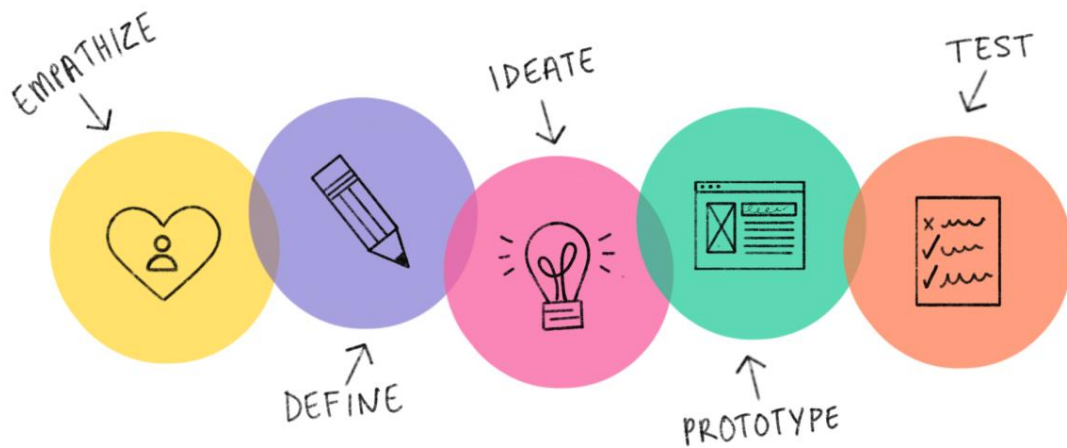


يقدم

مركز إتش دي تي سي للتدريب

العرض الفني لبرنامج

التفكير التصميمي المتميز في تجربة العميل



المقدمة

في ظل التحول المتسارع نحو الاقتصاد القائم على تجربة العميل، أصبحت المؤسسات مطالبة بالانتقال من تقديم الخدمات التقليدية إلى تصميم تجارب استثنائية تحقق رضا العملاء وتعزز ولائهم. ويُعد التفكير التصميمي (Design Thinking) أحد أبرز المنهجيات العالمية التي تمكّن المؤسسات من فهم احتياجات العملاء بصورة أعمق، وتحويل التحديات إلى فرص ابتكارية، وتصميم حلول عملية تركز على الإنسان وتحقق قيمة مستدامة.

يقدم هذا البرنامج إطارًا تطبيقيًا متكاملًا يجمع بين مبادئ التفكير التصميمي وأفضل الممارسات العالمية في إدارة تجربة العميل، من خلال ورش عمل تفاعلية، ودراسات حالة، وتطبيقات عملية تساعد المشاركين على تطوير خدماتهم وتحسين رحلة العميل داخل مؤسساتهم.

أهداف البرنامج

يهدف البرنامج إلى تمكين المشاركين من:

- التعرف على منهجية التفكير التصميمي ومراحل تطبيقها في بيئة العمل.
- فهم مفهوم تجربة العميل وأثرها في تحقيق التميز المؤسسي.
- تحليل احتياجات العملاء واستخلاص الرؤى التي تسهم في تطوير الخدمات.
- تصميم وتحسين رحلة العميل باستخدام أدوات التفكير التصميمي.
- ابتكار حلول وخدمات تتمحور حول العميل.
- بناء نماذج أولية واختبارها وتطويرها اعتمادًا على التغذية الراجعة.
- تطبيق مؤشرات قياس تجربة العميل لضمان التحسين المستمر.

محاور البرنامج:

★ اليوم الأول: مدخل إلى التفكير التصميمي وتجربة العميل

- ✓ مفهوم التفكير التصميمي وأهميته في تطوير الخدمات.
- ✓ التحول من تقديم الخدمة إلى تصميم تجربة العميل.
- ✓ الفرق بين خدمة العميل وتجربة العميل.
- ✓ مراحل التفكير التصميمي وأفضل الممارسات العالمية.
- ✓ دور الابتكار في تعزيز تجربة العميل وتحقيق الميزة التنافسية.

★ اليوم الثاني: التعاطف وفهم العميل

- ✓ مرحلة التعاطف (Empathize) وأهميتها.
- ✓ أدوات جمع وتحليل احتياجات العملاء.
- ✓ بناء شخصية العميل (Customer Persona).
- ✓ خريطة التعاطف (Empathy Map).
- ✓ تحليل نقاط الألم والفرص.
- ✓ تصميم ورسم رحلة العميل (Customer Journey Map).

★ اليوم الثالث: تحديد المشكلة وتوليد الأفكار

- ✓ تحديد المشكلة من منظور العميل (Define).
- ✓ صياغة التحديات باستخدام أسلوب (How Might We).
- ✓ تقنيات العصف الذهني والابتكار.
- ✓ استخدام أدوات التفكير الإبداعي في تطوير الخدمات.
- ✓ تقييم وترتيب الحلول واختيار الأنسب.
- ✓ تصميم القيمة المضافة للعميل (Value Proposition).

★ اليوم الرابع: النماذج الأولية والاختبار

- ✓ بناء النماذج الأولية (Prototype).
- ✓ تصميم مخطط الخدمة (Service Blueprint).
- ✓ اختبار الحلول مع العملاء.
- ✓ جمع وتحليل التغذية الراجعة.
- ✓ تطوير وتحسين الحلول وفق نتائج الاختبارات.
- ✓ توظيف الأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي لدعم الابتكار.

★ اليوم الخامس: بناء تجربة عميل متميزة وتطبيقات عملية

- ✓ تصميم تجربة عميل متكاملة.
- ✓ مؤشرات قياس تجربة العميل (CES ، NPS ، CSAT).
- ✓ التحسين المستمر لتجربة العميل.
- ✓ تطبيقات عملية ودراسات حالة.
- ✓ إعداد خطة تنفيذ لتحسين تجربة العميل داخل المؤسسة.
- ✓ عرض المشاريع ومناقشتها.

مخرجات البرنامج:

بنهاية البرنامج يتوقع من المشاركين أن يكونوا قادرين على:

- ✓ تطبيق منهجية التفكير التصميمي في تطوير الخدمات.
- ✓ تحليل احتياجات العملاء واستخلاص الرؤى.
- ✓ تصميم وتحسين رحلة العميل.
- ✓ ابتكار حلول وخدمات تركز على العميل.
- ✓ بناء واختبار النماذج الأولية.
- ✓ استخدام مؤشرات قياس تجربة العميل في تقييم الأداء.
- ✓ إعداد خطة عملية لتطوير تجربة العميل داخل المؤسسة.
- ✓ تعزيز ثقافة الابتكار والتحسين المستمر.

الفئة المستهدفة:

- ❖ مسؤولو تجربة العميل
- ❖ موظفو خدمة العملاء
- ❖ مدراء إدارات الخدمات.
- ❖ مسؤولو الجودة والتميز المؤسسي.
- ❖ مسؤولو الابتكار والتطوير.
- ❖ مدراء المنتجات والخدمات.
- ❖ القادة والمشرفون.
- ❖ العاملون في القطاعات الحكومية والخدمية.

الكفاءات والجدارات التدريبية:

- التفكير التصميمي
- تصميم و تحسين تجربة العميل
- الابتكار المؤسسي .
- تحليل احتياجات العملاء.
- حل المشكلات بطرق إبداعية.
- تصميم الخدمات.
- العمل الجماعي.
- التفكير التحليلي واتخاذ القرار

أساليب التدريب:

- ✓ التعلم القائم على التكنولوجيا.
- ✓ المحاكاة في التدريب.
- ✓ التوجيه أثناء العمل.
- ✓ تدريب بقيادة المدربين.
- ✓ فرق العمل والأدوار.
- ✓ الأفلام والفيديو.
- ✓ دراسات حالة وورش العمل.

العرض المالي لبرنامج

التفكير التصميمي المتميز في تجربة العميل



العرض المالي:

★ السعر:

✓

★ مكان الانعقاد:

✓ اسطنبول

★ عدد الأيام / تاريخ الانعقاد:

✓ 5 أيام / (2026/8/20_16)

★ التوقيت:

✓ 9:00 صباحاً ولغاية 2:00 ظهراً

★ اسم المدرب: