

يقدم مركز إتش دي تي سي للتدريب

العرض الفني لبرنامج إدارة تجربة العملاء



المقدمة

في ظل التنافس المتزايد وارتفاع توقعات العملاء، أصبحت إدارة تجربة العميل (Customer Experience Management - CEM) من الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات واستدامتها، خصوصًا في القطاع المالي والمحاسبي الذي يعتمد بشكل كبير على جودة الخدمة وبناء الثقة مع العملاء.

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المشاركين من فهم المفاهيم الحديثة لإدارة تجربة العميل، وتطوير استراتيجيات فعّالة لتحسين رضا العملاء وولائهم، من خلال تطبيق أفضل الممارسات العالمية واستخدام الأدوات والتقنيات الحديثة في تحليل وتحسين تجربة العملاء.

يركز البرنامج على الجانب العملي والتطبيقي، بما يساعد المشاركين على بناء تجارب عملاء متميزة تسهم في تعزيز العلاقة مع العملاء وتحقيق التميز المؤسسي.

أهداف البرنامج

- فهم المفاهيم الأساسية لإدارة تجربة العميل وأثرها على نجاح المؤسسات .
- تحليل رحلة العميل وتحديد نقاط التحسين في تجربة الخدمة .
- تطبيق أدوات قياس رضا العملاء ومؤشرات الأداء المرتبطة بها .
- تصميم استراتيجيات فعّالة لتعزيز رضا العملاء وولائهم .
- تطوير مهارات التواصل الاحترافي وإدارة شكاوى العملاء .
- استخدام الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة لتحسين تجربة العميل .
- إعداد خطط عملية للتحسين المستمر في تجربة العملاء .

محاوور البرنامج:

★ اليوم الأول: مقدمة في إدارة تجربة العميل

- ✓ مفهوم إدارة تجربة العميل (CEM) وأهميتها .
- ✓ توقعات العملاء واحتياجاتهم في القطاع المالي والمحاسبي .
- ✓ أساسيات رسم خرائط رحلة العميل (Customer Journey Mapping)
- ✓ نقاط الاتصال وتجربة العميل .
- ✓ تقنيات جمع بيانات العملاء وتحليل احتياجاتهم .
- ✓ استعراض دراسات حالة ناجحة في تحسين تجربة العميل .

★ اليوم الثاني: استراتيجيات وتصميم تجربة العميل

- ✓ تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العميل .
- ✓ تصميم رحلات العملاء وفق أفضل الممارسات الحديثة .
- ✓ الابتكار والتحول الرقمي في تجربة العميل .
- ✓ تحليل ملاحظات العملاء للتحسين المستمر .
- ✓ دور أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) في تحسين التجربة .
- ✓ الأدوات الرقمية وتأثيرها على جودة الخدمة .

★ اليوم الثالث: قياس وتحليل رضا العملاء

- ✓ مقدمة في مؤشرات وأدوات قياس رضا العملاء .
- ✓ قياس رضا العملاء باستخدام :
- ✓ مؤشر رضا العملاء (CSAT)
- ✓ مؤشر صافي نقاط الترويج (NPS)
- ✓ مؤشر جهد العميل (CES)
- ✓ تحليل البيانات وسلوك العملاء لدعم اتخاذ القرار .
- ✓ إدارة وتحليل شكاوى العملاء .
- ✓ تصميم الاستبيانات واستطلاعات الرأي بفعالية .
- ✓ إعداد التقارير التحليلية الخاصة بتجربة العميل .

★ اليوم الرابع: بناء وتعزيز العلاقة مع العملاء

- ✓ استراتيجيات بناء الثقة والولاء مع العملاء .
- ✓ تصميم برامج ولاء العملاء والمكافآت .
- ✓ مهارات التواصل الفعال والشخصي مع العملاء .
- ✓ إدارة المواقف الصعبة والتعامل مع شكاوى العملاء باحترافية .
- ✓ أهمية الثقافة التنظيمية في دعم تجربة العميل .
- ✓ تطبيقات عملية لتحسين التفاعلات اليومية مع العملاء .

★ اليوم الخامس: التنفيذ والمتابعة والتطوير المستمر

- ✓ إعداد خطة عمل لتطوير تجربة العميل .
- ✓ تحويل الاستراتيجيات إلى خطط تنفيذية قابلة للتطبيق .
- ✓ استخدام التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل .
- ✓ مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لمتابعة تجربة العميل .
- ✓ مراقبة وتقييم أداء استراتيجيات تجربة العميل .
- ✓ ورش عمل ومشاريع تطبيقية .
- ✓ إعداد خطة للتحسين المستمر في تجربة العملاء .

مخرجات البرنامج:

- ✓ فهم المفاهيم الحديثة لإدارة تجربة العملاء وأهميتها المؤسسية .
- ✓ تحليل رحلة العميل وتحديد فرص التحسين في الخدمة المقدمة .
- ✓ قياس وتحليل رضا العملاء باستخدام المؤشرات والأدوات الحديثة .
- ✓ تصميم مبادرات لتحسين تجربة العملاء وزيادة مستويات الولاء .
- ✓ تطوير مهارات التواصل الاحترافي وإدارة شكاوى العملاء بفعالية .
- ✓ إعداد تقارير تحليلية تدعم اتخاذ القرار وتحسين الأداء .
- ✓ تطبيق أفضل الممارسات في إدارة تجربة العميل داخل بيئة العمل .

الفئة المستهدفة:

- ❖ العاملون في القطاع المالي والمحاسبي .
- ❖ موظفو خدمة العملاء وتجربة العميل .
- ❖ مدراء العلاقات وإدارة الحسابات .
- ❖ المشرفون وقادة الفرق .
- ❖ الراغبون في تطوير مهاراتهم في إدارة تجربة العملاء وتحسين جودة الخدمة.

الكفاءات والجدارات التدريبية:

- ✓ تحليل رحلة العميل .
- ✓ تصميم استراتيجيات تجربة العميل .
- ✓ قياس وتحليل رضا العملاء .
- ✓ إدارة شكاوى العملاء .
- ✓ بناء الولاء وتعزيز العلاقات طويلة الأمد .
- ✓ استخدام الأدوات الرقمية في تحسين تجربة العميل .
- ✓ مهارات التواصل الاحترافي وخدمة العملاء .

أساليب التدريب:

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