

التميز في تجربة العملاء مقدمة

في بيئة الأعمال التنافسية اليوم، يعد تقديم تجارب استثنائية للعملاء أمرًا ضروريًا لتحقيق النجاح. تشمل تجربة العملاء (CX) كل تفاعل يجريه العميل مع الشركة، وتؤثر بشكل عميق على ولاء العملاء ونتائج الأعمال. تم تصميم هذه الدورة التدريبية التي تستمر لمدة 5 أيام بعنوان "التميز في تجربة العملاء" لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لفهم وتصميم وتقديم تجارب العملاء المتميزة. سوف يستكشف المشاركون مبادئ التركيز على العملاء، ويتعلمون استراتيجيات تعزيز تجربة العملاء، ويكتشفون كيفية قياس رضا العملاء وتحسينه باستمرار.

تعريف المشاركين بأهمية تجربة العملاء في بيئة الأعمال اليوم.

توفير فهم شامل للمكونات الرئيسية لتجربة العملاء.

تزويد المشاركين بالأدوات والاستراتيجيات اللازمة لتصميم وتقديم تجارب استثنائية للعملاء.

تعليم المشاركين كيفية قياس وتقييم رضا العملاء وولائهم.

تعزيز عقلية وثقافة تتمحور حول العملاء داخل المنظمات.

إعداد المشاركين لتنفيذ تحسينات عملية في تجربة العملاء.



الأهداف



من ينبغي أن يحضر

تعتبر الدورة التميز في تجربة العملاء مقدمة مثالية لما يلي:

متخصصو تجربة العملاء: الأفراد المشاركون بشكل مباشر في إدارة تجارب العملاء وتحسينها، بما في ذلك مديرو تجربة العملاء والمسؤولون والمتخصصون.

متخصصو التسويق والمبيعات: المسؤولون عن تفاعلات العملاء، وتمثيل العلامة التجارية، والمبيعات، ويتطلعون إلى تعزيز الاستراتيجيات التي تركز على العملاء.

أصحاب الأعمال ورجال الأعمال: الأفراد الذين يقودون الشركات أو المشاريع الريادية الذين يفهمون التأثير الاستراتيجي لتجارب العملاء الاستثنائية.

المديرين من المستوى المتوسط إلى الأعلى: متخصصون في الأدوار القيادية يسعون إلى غرس عقلية تتمحور حول العملاء داخل فرقهم ومؤسساتهم.

ممارسو تجربة العملاء الطموحون: الأفراد الذين يطمحون إلى دخول مجال إدارة تجربة العملاء، ويتوقون إلى فهم المبادئ والاستراتيجيات الأساسية.



اليوم 3

استراتيجيات لتحسين تجربة العملاء

- خلق ثقافة تتمحور حول العملاء
- مشاركة الموظفين وتأثيرها على تجربة العملاء
- التكنولوجيا والابتكار في مجال تجربة العملاء



اليوم 2

المكونات الرئيسية لتجربة العملاء

- رسم خرائط رحلة العملاء: من الوعي إلى المناصرة
- نقاط الاتصال ولحظات الحقيقة
- تصميم تجارب عملاء سلسلة



اليوم 1

مقدمة لتجربة العملاء (CX))

- فهم أساسيات تجربة العملاء
- تأثير تجربة العملاء على نجاح الأعمال
- تحديد التركيز على العملاء



اليوم 5

التحسين المستمر في تجربة العملاء

- تنفيذ مبادرات تحسين تجربة العملاء
- التعامل مع شكاوى العملاء واسترداد الخدمة
- تطوير خارطة طريق لتجربة العملاء من أجل التميز المستمر



اليوم 4

قياس تجربة العملاء ورضا العملاء

- ملاحظات العملاء وصوت العميل ((VoC
- صافي نقاط اترويج ((NPS ومقاييس تجربة العملاء الأخرى
- تحليل واستخدام بيانات تجربة العملاء للتحسين