



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

ابتكار الخدمات وتحسين تجربة العملاء

Course Introduction

يسعى هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المشاركين من التعرف على أدوات وأساليب ابتكار الخدمات وتحسين تجربة العميل بدءًا من فهم رحلته، مرورًا بتحليل نقاط الاتصال، وانتهاءً بتصميم تجربة متكاملة تتسم بالبساطة، الشخصية، والتأثير.

Target Audience

- متخصصو خدمة العملاء وإدارة علاقات العملاء.
- مسؤولو تطوير المنتجات والخدمات.
- مختبرو التسويق.
- رواد الأعمال في القطاعات الخدمية.
- مسؤولو التميز المؤسسي وتحسين العمليات.

Learning Objectives

- استخدام أدوات التفكير التصميمي لتوليد أفكار خدمية مبتكرة.
- تحليل رحلة العميل واكتشاف نقاط التحسين.
- تصميم تجربة عميل متعددة القنوات بشكل مترابط.
- تحويل تفاعل العميل إلى لحظة تميز وتفوق.
- ابتكار حلول خدمية تواكب توقعات واحتياجات السوق.
- قياس رضا العميل وتفسير مؤشرات تجربة العميل.
- بناء ثقافة مؤسسية تتمحور حول العميل.

Course Outline

• DAY 01

مدخل إلى مفهوم تجربة العميل وابتكار الخدمات

- الفرق بين خدمة العملاء وتجربة العميل.
- لماذا أصبحت تجربة العميل عنصرًا حاسمًا في ولاءه؟
- ركائز الابتكار في تقديم الخدمات.
- (Customer Lifecycle) فهم رحلة العميل.
- دراسة حالات لتجربة العميل الناجحة.
- مناقشة: ما الذي يجعل تجربة العميل "لا تُنسى"؟
- تطبيق عملي: استعرض تجربة شخصية جيدة/سيئة كعميل.

رسم خريطة رحلة العميل وتحليل نقاط الاتصال

- رسم Customer Journey Map كيفية رسم.
- تحديد النقاط المؤثرة في كل مرحلة.
- الأدوات التفاعلية المستخدمة في رسم وتحليل الرحلة.
- استكشاف الفرص والتحسينات الخفية.
- ربط البيانات السلوكية مع كل نقطة تفاعل.
- تطبيق عملي: رسم رحلة عميل لمنتج/خدمة واقعية.

• Day 02

أدوات التفكير التصميمي في ابتكار الخدمات

- وأهميته للخدمات (Design Thinking) تعريف التفكير التصميمي.
- مراحل التفكير التصميمي.
- كيفية فهم مشاعر واحتياجات العملاء.
- توليد أفكار خدمية جديدة بطريقة جماعية.
- تطبيق عملي: توليد أفكار لتحسين خدمة قائمة.

تصميم تجربة العميل متعددة القنوات

- أهمية التكامل بين المنصات والوسائل.
- كيف تؤثر التناقضات في إضعاف تجربة العميل؟
- استخدام التفاعل الرقمي/الإنساني المتوازن.
- تصميم تجربة متنسقة بين الموقع، التطبيق، الهاتف، الفرع.
- أفضل الممارسات في تقديم تجربة سلسلة.
- تطبيق عملي: تصميم تجربة عميل متكاملة.

• Day 03

تطوير التميز في تجربة العميل

- “Moments of Delight” ما المقصود به؟
- استخدام المفاجأة، التخصيص، والتقدير.
- تقنيات خلق انطباع إيجابي دائم.
- تطبيق عملي.

الابتكار في تقديم الخدمة وتخصيصها

- طرق تقديم نفس الخدمة بطرق مختلفة.
- تخصيص الخدمة حسب الفئة والسياق.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التفاعل مع العميل.
- تطبيق عملي: تطوير نموذج لخدمة مخصصة لعميل.

• Day 03

تطوير التميز في تجربة العميل

- “Moments of Delight” ما المقصود به؟
- استخدام المفاجأة، التخصيص، والتقدير.
- تقنيات خلق انطباع إيجابي دائم.
- تطبيق عملي.

الابتكار في تقديم الخدمة وتخصيصها

- طرق تقديم نفس الخدمة بطرق مختلفة.

- تخصيص الخدمة حسب الفئة والسياق.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التفاعل مع العميل.
- تطبيق عملي: تطوير نموذج لخدمة مخصصة لعميل.

• Day 04

قياس تجربة العميل وتحليل مؤشرات الأداء

- الفرق بين رضا العميل وتجربته.
- أدوات القياس: NPS – CES – CSAT.
- جمع البيانات من لحظة الاستخدام.
- تحليل النتائج والتوجهات.
- تطبيق عملي: تصميم استبيان قياس تجربة للعميل.

إدارة الشكاوى وتحويل السلبية إلى ولاء

- التعامل مع العميل الغاضب باحتراف.
- نموذج التهئة وإعادة التوجيه.
- الرد الذكي في وسائل التواصل الاجتماعي.
- تطوير نماذج التفاعل السريع.
- استراتيجيات الحفاظ على سمعة العلامة التجارية.
- تطبيق عملي: لعب أدوار.

• Day 05

بناء ثقافة التميز في تحسين تجربة العميل

- الثقافة الداخلية وتجربة العميل.
- تحفيز الموظفين على تجاوز التوقعات.
- (CX Playbook) بناء دليل تجربة العميل الداخلي.
- تطوير خطط تدريبية مستمرة حول الخدمة والابتكار.
- المشروع النهائي: تصميم تجربة عميل وخدمة مبتكرة.
- اختيار منتج أو خدمة قائمة.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Aug. 11, 2025	Aug. 15, 2025	5 days	4950.00 \$	Italy - Milan
Dec. 22, 2025	Dec. 26, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai