



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

تحسين تجربة العملاء في التحول الرقمي

Course Introduction

نجاح الأعمال قائم على مقدار رضا عملائها... إنها حقيقة يؤمن بها عالم الأعمال اليوم، ويظهر هذا جلياً في سعي مختلف المؤسسات على تطوير تجربة عملائها بصفة مستمرة، بالهدف الحفاظ على ولائهم، ما ينعكس بالإيجاب على تعزيز قوة ومكانة العلامة التجارية في السوق.

يهدف هذا البرنامج التدريبي نحو تمكين المشاركين من التعرف على آليات تعزيز تجربة العملاء في مختلف المؤسسات وذلك في إطار التحول الرقمي، والتعرف على أبرز الاستراتيجيات التي تسهم في ربط العميل بالمنتج وزيادة ولاؤه له، مع إتقان تطوير تجارب العملاء بشكل فعال يسهم في تحسين سمعة العلامة التجارية وتحقيق الأهداف التسويقية والبيعية بكفاءة.

Target Audience

- مسؤولو تجربة العميل (CX)
- مديرو أقسام التسويق وخدمة العملاء.
- العاملون في الدعم الفني والتطوير الرقمي.

Learning Objectives

- التعرف على مفهوم "تحسين تجربة العملاء" ودوره في تعزيز ولاء العملاء وتطوير مكانة العلامة التجارية.
- إتقان تحليل التحديات والفرص التي تواجه الشركات في تحسين تجربة العملاء في العصر الرقمي.
- التخطيط عالي الكفاءة لاستراتيجيات تحسين تجارب العملاء.
- وضع أهداف واضحة لتحسين تجربة العملاء وضمان تحقيقها.
- اختيار القنوات الأنسب للوصول إلى الجمهور المستهدف بفعالية.
- تطوير وإدارة حملات تسويق إلكتروني ناجحة تهدف إلى تعزيز تجربة العملاء.

- التحليل المثالي لتجارب العملاء في سبيل تحقيق وصول سهل لهم من ناحية، وإنشاء منتجات مطلوبة من ناحية أخرى.
- إتقان مواجهة مشكلات العملاء بكفاءة تسهم في الحفاظ على سمعة العلامة التجارية.

Course Outline

• DAY 01

مدخل إلى تحسين تجربة العملاء:

- التعرف على مفهوم تجربة العملاء.
- المعوقات التي تواجه تقديم تجربة عملاء فعالة.
- استراتيجيات تصميم تجربة العملاء المثالية لأهداف المؤسسة.
- أبرز عوامل نجاح تجربة العملاء الفعالة.
- دور تجربة العملاء المتميزة في تطوير العلامة التجارية.

التخطيط الاستراتيجي الفعال لتحسين تجربة العملاء:

- مقدمة في تحسين تجربة العملاء في العصر الرقمي وأهميتها.
- فهم احتياجات العملاء وتحليل البيانات.
- وضع أهداف واضحة لتحسين تجربة العملاء.
- تطوير استراتيجية شاملة لتحسين التجربة.
- تخطيط العمليات وتنظيم الموارد لتنفيذ الاستراتيجية.

• Day 02

تحليل السمات والتخطيط لرحلة العميل:

- تحليل سمات العملاء.
- تحديد العناصر العاطفية التي سيتم استخدامها للتواصل مع العميل.
- استراتيجيات التخطيط لرحلة العميل.
- أبرز الممارسات في تصميم تجربة العملاء المثالية.
- تقييم وتعديل التجربة الرقمية للعميل (الموقع الإلكتروني والتسويق الرقمي).
- تطوير الاستراتيجيات التسويقية لتناسب مع تقديم تجربة عملاء مثالية.
- دراسة حالات.

- تطبيق عملي ◦

اختيار القنوات التكنولوجية المناسبة لتحسين تجربة العملاء

- فهم القنوات الإلكترونية المتاحة ومميزات كل منها
- اختيار القنوات الأنسب للوصول إلى العملاء المستهدفين
- تصميم استراتيجية فعالة لتحقيق وصول فعال للعملاء عبر القنوات الإلكترونية
- تطبيق مبادئ التكامل بين القنوات الرقمية
- مراجعة الخطط وضبطها حسب الحاجة

• Day 03

تنفيذ الاستراتيجية:

- تحديد أولويات العمل وتوزيع المهام
- تطوير محتوى رقمي ملائم للقنوات المختارة
- تنفيذ حملات التسويق الإلكتروني وإدارتها
- مراقبة ومتابعة أداء حملات التسويق الإلكتروني والتفاعل مع الجمهور
- التقييم المستمر وتعديل الاستراتيجية حسب الحاجة
- بناء سياسة المرونة في التكيف مع التوقعات المختلفة للعملاء

تقييم وتطوير أداء الحملات المقدمة

- فهم أنواع بيانات تجربة العملاء وكيفية جمعها
- تحليل البيانات واستخراج القياسات الرئيسية
- استخدام أدوات التصور البياني لتمثيل البيانات بشكل فعال
- تحليل الاتجاهات ونقاط القوة والضعف التي تحتاج إلى تحسين

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Dec. 22, 2025	Dec. 24, 2025	3 days	3950.00 \$	Indonsia - Jakarta

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Aug. 25, 2025	Aug. 27, 2025	3 days	3250.00 \$	UAE - Dubai