



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

## استخدام التكنولوجيا في تعزيز تجربة العملاء

## Course Introduction

على تمكين المشاركين من تسخير الأدوات الرقمية "ببوست" يركّز هذا البرنامج التدريبي من والتقنيات الحديثة لتحسين تجربة العميل عبر كافة نقاط التفاعل، بداية من التوقعات المسبقة وحتى ما بعد الشراء، باستخدام الذكاء الاصطناعي، التحليلات، التخصيص، والأتمتة الذكية.

## Target Audience

- مسؤولو تجربة العملاء والتحول الرقمي.
- العاملون في أقسام خدمة العملاء ومراكز الاتصال.
- محترفو التسويق والمبيعات.
- رواد الأعمال.

## Learning Objectives

- فهم مفهوم تجربة العميل الرقمي ودور التكنولوجيا في تحسينها.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لتحسين قرارات التفاعل.
- وأدوات تتبع الرحلة لتخصيص التجربة CRM توظيف أنظمة.
- دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي (مثل الشات بوت) في خدمة العملاء.
- إنشاء قنوات تواصل موحدة وسلسلة عبر جميع المنصات.
- قياس وتحسين رضا العميل باستخدام أدوات رقمية حديثة.
- بناء خارطة تجربة تفاعلية ومتكاملة مدعومة بالتقنيات.

# Course Outline

---

## • DAY 01

### أساسيات تجربة العميل الرقمية

- الفرق بين تجربة العميل التقليدية والرقمية.
- مراحل رحلة العميل (من الوعي حتى الولاء).
- مفاتيح تجربة ناجحة: السرعة، السهولة، الاتساق، التخصيص.
- كيف تقود التكنولوجيا كل مرحلة؟
- تطبيق عملي: مقارنة تجربة عميل رقمية وأخرى تقليدية في نفس القطاع.

### تصميم خارطة تجربة العميل الرقمية

- Customer Journey Mapping مفهوم.
- أدوات رسم الرحلة الرقمية.
- تحديد نقاط التفاعل الرقمية والتحليل اللحظي.
- فهم العواطف والسلوكيات عبر التكنولوجيا.
- تطبيق عملي.

## • Day 02

### استخدام نظام إدارة علاقات العملاء في تخصيص تجربة العميل

- ما هو نظام إدارة علاقات العملاء؟ وكيف يخدم تجربة العميل؟
- تتبع التفاعل وتاريخ العميل عبر القنوات.
- تخصيص المحتوى والعروض استنادًا للبيانات.
- ربط إدارة علاقات العملاء بفرق التسويق والدعم.
- تطبيق عملي: إعداد سيناريو تخصيص تواصل بناءً على سلوك عميل سابق.

### الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء

- تقنيات الشات بوت والمساعدات الرقمية.
- الردود الآلية مقابل الردود المخصصة بالذكاء.
- التحليل اللحظي لأسئلة العملاء.

- التحديات الأخلاقية والحدود الإنسانية للتقنيات.
- تطبيق عملي: تصميم تدفق محادثة ذكي لخدمة فورية.

#### • Day 03

### أدوات الأتمتة في تحسين التفاعل

- (Marketing Automation) ما هي الأتمتة التسويقية
- أتمتة رسائل البريد – الترحيب – العروض
- ربط الأنظمة المختلفة لخلق تجربة متكاملة
- التوقيت المناسب وتأثيره على التفاعل
- تطبيق عملي: إنشاء تسلسل رسائل مؤتمتة لرحلة عميل جديد

### تحليل البيانات لفهم سلوك العميل

- جمع البيانات من مصادر متعددة (موقع، تطبيق، دعم)
- لمتبع سلوك الزوار Hotjar و Google Analytics استخدام
- استخراج الأنماط المؤثرة على الرضا والاحتفاظ
- تحويل البيانات إلى قرارات تطويرية
- تطبيق عملي: تحليل خريطة حرارية لموقع وتقديم توصيات لتحسينه

#### • Day 04

### القنوات الموحدة وتجربة العميل متعددة المنصات

- أهمية اتساق الرسالة والتجربة بين القنوات
- دمج الهاتف، الموقع، التطبيق، البريد، السوشيال ميديا
- إدارة تذاكر الدعم والطلبات من مصدر مركزي
- تسريع زمن الاستجابة والتنسيق بين الفرق
- تطبيق عملي

### استخدام تقنيات التخصيص والتوصية الذكية

- تخصيص التجربة حسب الموقع – الجهاز – السلوك
- في القطاعات الأخرى (Amazon، Netflix) أنظمة التوصية
- تأثير التخصيص على المبيعات والولاء
- تحديثات الخصوصية والبيانات
- تطبيق عملي: تصميم تجربة تخصيص لمستخدم منصة

• Day 05

## قياس تجربة العميل رقميًا وتحسينها

- رقميًا CSAT – NPS – CES أدوات قياس مثل.
- إرسال الاستبيانات بعد التفاعل وتحليلها.
- تتبع تراجع الاستخدام أو الحذف وفهم أسبابه.
- وضع خطة تحسين استنادًا إلى البيانات.
- تطبيق عملي: تحليل نتائج قياس رضا حقيقي وصياغة خطة تحسين.
- المشروع النهائي.

### Confirmed Sessions

| FROM           | TO             | DURATION | FEES       | LOCATION             |
|----------------|----------------|----------|------------|----------------------|
| June 23, 2025  | June 27, 2025  | 5 days   | 5950.00 \$ | switzerland - Geneva |
| Sept. 15, 2025 | Sept. 19, 2025 | 5 days   | 4250.00 \$ | UAE - Dubai          |
| Dec. 22, 2025  | Dec. 26, 2025  | 5 days   | 4250.00 \$ | UAE - Abu Dhabi      |