MERCURY

أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة

15 – 19 مارس 2027

برشلونة (إسبانيا)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

اخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة

المرجع: 124457_159 **التاريخ:** 15 – 19 مارس 2027 **المكان:** برشلونة (إسبانيا) **الرسوم:** Euro 5600

المقدمة:

تسعى جميع الشركات إلى تقديم تجربة عملاء متميزة، ولتحقيق ذلك عليها أن تحرص على تقديم مستوى استثنائي في جميع تفاعلاتها مع عملائها، إن "تجربة العملاء" تعني إنشاء عواطف محددة لدى العملاء وإدارتها بشكل فعال ولاشك من وجود تبعات عاطفية على العميل بعد أي تواصل بينه وبين الشركة، سواءً كانت تلك العواطف إحباطاً شديداً أو بهجة كبيرة فإن الأمر يعود إليك في تصميم وتخطيط وتنفيذ تجربة لا تنسى لعملائك،

تزوّدك هذه الدورة التدريبية بكل المعرفة التي تحتاجها لتتمكن من إنشاء ثقافة تتمحور حول العملاء، وكيفية وضع إطار عمل فعّال لتجربة العملاء في مؤسستك، حيث تتناول الدورة الإجراءات اللازمة لقياس مدى فاعلية خدمة العملاء في مؤسستك، واستراتيجيات تفعيل تجربة العملاء، وقياس مدى كفاءة مبادرات تعزيز تجارب العملاء، وتحديد جوانب التحسين في برامج تجارب العملاء.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة، الفئات التالية:

- المهنيين العاملين في مجالات خدمة العملاء، والتسويق، والعلاقات العامة، والتواصل، والمبيعات، والعمليات التشغيلية، الذين يسعون لفهم كامل لمعنى وأهمية العلامة التجارية المتميزة وتفعيلها بنجاح.
- الأفراد الذين يطمحون إلى تطوير مهاراتهم في تصميم برامج فعالة لتعزيز تجارب المتعاملين وتنمية مهاراتهم في إدارة وتسويق العلامة التجارية.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته في تفعيل العلامة التجارية وفهم أهمية توثيقها ووصفها وشروطها.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة، سيتمكن المشاركون من:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- تحديد نطاق خدمة العميل بدقة وقياس مدى فعليته لتعزيز ولاء العملاء وتحقيق نمو مستدام للشركة.
- استيعاب واستغلال مبادئ إدارة تجارب المتعاملين لتتماشى مع التوقعات المتغيرة والمتنامية للعملاء المعاصرين.
- استخدام استراتيجيات تعزيز تجارب العملاء وتفعيل العلامة التجارية بفعالية لخلق منتجات وخدمات مبتكرة ومؤثرة.
- قياس وتحليل أداء برنامج تجارب العملاء، واتخاذ قرارات تصحيحية بناءً على استراتيجيات مدروسة تحسن من مستوى الخدمة.
- تعزيز ممارسات التجارب المتعاملين باستمرار للتغلب على تحديات الخدمة وتحقيق رؤية تفاعلية متميزة تعكس ثقافة تركيزية على احتياجات العملاء.

الكفاءات المستهدفة:

بنهاية دورة أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة، سيتمكن المشاركون من:

- مهارات خدمة العملاء المتقدمة.
- تطوير مؤشرات فعالية الخدمة.
- استراتيجيات تفعيل وتجربة العملاء.
- فهم وتحديد السمات الشخصية للعملاء والموظفين.
- رصد ومتابعة معايير تجارب العملاء لضمان جودة الأداء.
- تعزيز ثقافة تنظيمية تركز على تقديم قيمة متميزة للعلامة التجارية.

أهمية العلامة التجارية المتميزة:

العلامة التجارية ليست مجرد اسم أو شعار، بل هي تجربة متكاملة تعكس رؤى وأهداف الشركة وتلعب دورًا حاسمًا في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. توثيق العلامة التجارية، وصفها بإتقان، والالتزام بشروطها ومميزاتها الأساسية يرسخ وجودها في أذهان العملاء. عبر استراتيجيات فعالة، يمكن تحسين تجربة العملاء، مما يعزز من الولاء والإقبال على العلامة المتميزة، بالإضافة إلى استدامة نجاحها في السوق.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، مستوى فعالية خدمة العملاء:

- تعريفات خدمة العملاء
- فهم مشكلات العملاء
- العقلية الحالية للعميل
- المعوّقات العشرة لتحسين تجربة العملاء
- أثر تحسين تجربة العملاء
- سرّ النجاح في تقديم تجربة عملاء فعالة
- إنشاء ثقافة متميزة في خدمة العملاء
- قياس مدى فعالية خدمة العملاء

الوحدة الثانية، أساسيات تجربة العملاء:

- خطوات وضع برنامج متميّز لتجربة العملاء
- تحديد عناصر نجاح تجربة العملاء
- التكيّف مع التوقعات المتغيرة للمستهلكين
- تشخيص مشكلات تجربة العملاء في شركتك
- العوامل الجوهرية لتقديم تجربة العملاء المتميّزة
- دور التعاطف في تجربة العملاء
- تميّز العلامة التجارية وتجربة العملاء

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثالثة، تنفيذ خطة تجربة العملاء:

- تعريف استراتيجية العملاء
- صياغة السمات الشخصية للعملاء
- تحديد السمات الشخصية للموظفين
- عمليات الأعمال مقابل رحلة العميل
- مخطط رحلة العميل
- فهم ماهية نقاط التواصل مع العميل
- تحديد مسار الرحلة
- أساسيات تصميم تجربة العميل
- مخطط العناصر العاطفية في نقاط التواصل مع العميل
- تجربة العميل الرقمية
- مراجعة وتقييم الموقع الإلكتروني للشركة
- مراجعة وتقييم المبادرات التسويقية للشركة
- وضع المقاييس الرقمية للتحسين
- وضع معايير تجربة المتسوّق الرقمي
- أمثلة للاستعانة بالأدوات الرقمية في تجربة العملاء

الوحدة الرابعة، قياس واستدامة تجربة العملاء:

- قياس مستوى أداء برنامج تجربة العملاء في شركتك
- الأنواع المختلفة للمقاييس
- التطبيق العملي لمقاييسك
- تطوير أداة نظام تقييم تجربة العملاء
- استدامة تجربة العملاء
- منهجيات تحسين تجربة العملاء

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الخامسة، تفعيل العلامة التجارية وتجربة العملاء:

- تعريف تفعيل العلامة التجارية
- أهمية تفعيل العلامة التجارية
- التسويق التفعيلي مقابل التجريبي
- إنشاء وتنفيذ برامج تفعيل العلامة التجارية
- معايير الحملات التسويقية لتفعيل العلامة التجارية
- أنواع تفعيل العلامة التجارية
- أمثلة واقعية لتفعيل العلامة التجارية