



أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة

2026 11 ديسمبر - 07
باريس (فرنسا)



أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة

الرمز : 159_112892 تاريخ الانعقاد: 07 - 11 ديسمبر 2026 دولة الانعقاد: باريس (فرنسا) التكلفة: 5900 اليورو

المقدمة:

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

تؤدّد هذه الدورة التدريبية بكل المعرفة التي تحتاجها لتتوكّن من إنشاء ثقافة تتحوّل حول العملاء، وكيفية وضع إطار عمل فعّال لتجربة العملاء في مؤسستك، حيث تتناول الدورة الإجراءات اللازمة لقياس مدى فعالية خدمة العملاء في مؤسستك، واستراتيجيات تفعيل تجربة العملاء، وقياس مدى كفاءة ومبادرات 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 وتهيئة 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:

- تحديد نطاق خدمة العميل بدقة وقياس مدى فعاليته 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 ووهوثة.
- قياس وتحليل أداء برنامج تجارب العملاء، واتخاذ قرارات تصحيحية بناءً على استراتيجيات مدروسة تحسن من مستوى الخدمة.
- تعزيز مهارات 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 النداء.
- تعزيز ثقافة تنظيمية تركز على تقدير قيمة متميزة للعلامة التجارية.

أهمية العلامة التجارية المتميزة:

العلامة التجارية ليست مجرد اسم أو شعار، بل هي تجربة متكاملة تعكس رؤية وأهداف الشركة وتلعب دوراً حاسماً في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. توثيق العلامة التجارية، وصفها باتقان، 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.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، مستوى فعالية خدمة العملاء:

- تعريفات خدمة العملاء
- فهم مشكلات العملاء
- العقليات الحالية للعميل
- المهومات العشرة لتحسين تجربة العملاء
- أثر تحسين تجربة العملاء
- سر النجاح في تقديم تجربة عملاء فعالة
- إنشاء ثقافة وتمييز في خدمة العملاء
- قياس مدى فعالية خدمة العملاء

الوحدة الثانية، أساسيات تجربة العملاء:

- خطوات وضع برنامج تمييز لتجربة العملاء
- تحديد عناصر نجاح تجربة العملاء
- التكيف مع التوقعات المتغيرة للمستهلكين
- تشخيص مشكلات تجربة العملاء في شركتك
- العوامل الجوهرية لتقديم تجربة العملاء المتميزة
- دور التعاطف في تجربة العملاء
- تمييز العلامة التجارية وتجربة العملاء

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 المتسوق الرقمي
- أمثلة للاستعانة بالندوات الرقمية في تجربة العملاء

الوحدة الرابعة، قياس واستدامة تجربة العملاء:

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

الوحدة الخامسة، تفعيل العلامة التجارية وتجربة العملاء:

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

نموذج تسجيل :

أخصائي تجربة المتعاملين وتفعيل العلامة التجارية المتميزة

الرمز : 159 تاريخ الإنعقاد: 07 - 11 ديسمبر 2026 دولة الإنعقاد: باريس (فرنسا) التكلفة: 5900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

.....

الهسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

العنوان:

الهدينة / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

.....

الهسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي