



خدمة العملاء عن بُعد وإدارة الزيارات الافتراضية التفاعلية والبيع
الهرني المتكامل



خدمة العملاء عن بُعد وإدارة الزيارات الافتراضية التفاعلية والبيع المرئي المتكامل

المقدمة:

في ظل التحول الرقمي المتسارع وتغير توقعات العملاء، أصبحت خدمة العملاء عن بُعد عبر الزيارات الافتراضية أحد أكثر النماذج تطوراً في تقديم الخدمات والدعم الفني والاستشارات التجارية. ويعتمد هذا النموذج على توظيف تقنيات الاتصال المرئي والواقع المعزز والواقع الافتراضي لخلق تجربة تفاعلية تحاكي الزيارة الميدانية التقليدية، مع تحقيق مستويات أعلى من السرعة والكفاءة وخفض التكاليف التشغيلية. وتساعد الزيارات الافتراضية المؤسسات على تعزيز رضا العملاء، وتحسين تجربة المستخدم، وزيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء من خلال تقديم خدمات شخصية ومتكاملة دون الحاجة إلى التواجد الفعلي.

الفئات المستهدفة:

- مدراء ومشرفو خدمة العملاء.
- موظفو مراكز الاتصال والدعم الفني.
- مسؤولو تجربة العميل.
- فرق المبيعات والاستشارات الرقمية.
- مدراء التحول الرقمي والابتكار.
- العاملون في خدمات ما بعد البيع.
- فرق الصيانة والدعم عن بُعد.
- مسؤولو تطوير الأعمال والعلاقات مع العملاء.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المفاهيم الحديثة لخدمة العملاء عبر الزيارات الافتراضية.
- تصميم وتنفيذ تجارب خدمة رقمية متكاملة للعملاء.
- توظيف تقنيات الفيديو والواقع المعزز في تقديم الخدمات.
- إدارة التفاعل المباشر مع العملاء بكفاءة عالية.
- تعزيز تجربة العميل من خلال الزيارات الافتراضية التفاعلية.
- دمج الدعم الفني والمبيعات ضمن رحلة عميل موحدة.
- معالجة المشكلات والاستفسارات عن بُعد بفعالية.
- قياس وتحليل مؤشرات الأداء الخاصة بالخدمات الافتراضية.
- رفع مستويات رضا العملاء والولاء المؤسسي.
- تطبيق أفضل الممارسات العالمية في خدمات العملاء الرقمية.

الكفاءات المستهدفة:

- إدارة تجربة العميل الرقمية.
- مهارات التواصل الافتراضي الاحترافي.
- إدارة الزيارات الافتراضية.
- استخدام تقنيات الواقع المعزز والافتراضي.
- مهارات الإقناع والبيع المرئي.
- التشخيص الفني عن بُعد.
- تحليل احتياجات العملاء.
- إدارة الشكاوى والاستفسارات إلكترونياً.
- قياس جودة الخدمة الرقمية.
- تطوير استراتيجيات خدمة العملاء المستقبلية.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، مفهوم خدمة العملاء عبر الزيارات الافتراضية وبناء التجربة الرقمية:

- التطور الحديث لمفاهيم خدمة العملاء الرقمية.
- الفرق بين الخدمة التقليدية والخدمة الافتراضية.
- مفهوم الزيارات الافتراضية وأهميتها في بيئات الأعمال الحديثة.
- مراحل رحلة العميل في الزيارات الافتراضية.
- بناء تجربة تفاعلية تحاكي الزيارة الواقعية.
- العوامل المؤثرة في نجاح الخدمة عن بُعد.
- توقعات العملاء في البيئة الرقمية.
- معايير الاحترافية أثناء تقديم الخدمات الافتراضية.
- التحديات التشغيلية وطرق التغلب عليها.
- نماذج عالية ناجحة في تقديم الخدمات الافتراضية.

الوحدة الثانية، تقنيات وأدوات تقديم الخدمة عبر الفيديو والواقع المعزز:

- منصات الاتصال الهبري المتخصصة في خدمة العملاء.
- استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في تقديم الخدمات.
- توظيف تقنيات الواقع المعزز لدعم العملاء.
- دور الواقع الافتراضي في تحسين التجربة التفاعلية.
- تجهيز بيئة الزيارة الافتراضية الاحترافية.
- إدارة جودة الصورة والصوت أثناء الجلسات.
- مشاركة المستندات والبيانات بشكل آمن.
- استخدام الأدوات التفاعلية في شرح الحلول والخدمات.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي المساندة للزيارات الافتراضية.
- متطلبات الأمن السيبراني وحماية بيانات العملاء.

الوحدة الثالثة، مهارات التواصل وإدارة التفاعل مع العملاء عن بُعد:

- مهارات التواصل البصري واللفظي في البيئات الافتراضية.
- بناء الثقة والاحترافية خلال الزيارة الرقمية.
- تحليل لغة العميل وسلوكياته أثناء الجلسة.
- مهارات الاستماع النشط وفهم الاحتياجات.
- إدارة الحوار والاستفسارات المعقدة.
- التعامل مع الاعتراضات والشكاوى إلكترونياً.
- تقنيات الإقناع والعرض الهبري للخدمات.
- تعزيز المشاركة والتفاعل أثناء الجلسات.
- إدارة المواقف الحساسة والعملاء ذوي التوقعات العالية.
- تطوير العلاقات طويلة الأمد مع العملاء.

الوحدة الرابعة، دمج الدعم الفني والبيع الهبري في الزيارات الافتراضية:

- مفهوم الخدمة المتكاملة بين الدعم الفني والبيعات.
- أساليب التشخيص الفني عن بُعد.
- توجيه العملاء لحل المشكلات بشكل تفاعلي.
- تقديم الاستشارات الفنية باستخدام الفيديو المباشر.
- استثمار فرص البيع أثناء جلسات الدعم.
- تقنيات العرض الهبري للمنتجات والخدمات.
- التعرف على احتياجات العميل الإضافية.
- تطبيق استراتيجيات البيع الاستشاري الرقمي.
- تحسين معدلات التحويل من خلال التفاعل المباشر.
- تحقيق التوازن بين تقديم الخدمة وتحقيق الأهداف التجارية.

الوحدة الخامسة، قياس الأداء وتطوير خدمات العملاء الافتراضية:

- مؤشرات الأداء الرئيسية لخدمة العملاء الرقمية.
- قياس رضا العملاء وجودة التجربة الافتراضية.
- تحليل بيانات التفاعل وسلوك العملاء.
- إدارة وملاحظات العملاء والاستفادة منها.
- تقييم كفاءة الزيارات الافتراضية.
- تحسين العمليات التشغيلية للخدمات الرقمية.
- بناء خطط التحسين المستمر.
- قياس العائد على الاستثمار في الخدمات الافتراضية.
- استشراف مستقبل خدمة العملاء الرقمية.
- إعداد خارطة طريق للتحويل نحو الخدمات الافتراضية المتقدمة.