
استراتيجية تجربة العملاء الرقمية

11 - 15 Jan 2027
أهستردام





استراتيجية تجربة العملاء الرقمية

المرجع: 1710_5562 التاريخ: 15 Jan 2027 - 11 الموقع: أهدتردام الرسوم: GBP 5700

تجربة العملاء الرقمية دورة قيادية عليا مدتها خمسة أيام يقدمها مركز مارس للتدريب في لندن ودبي وبرشلونة وميلانو وإسطنبول، وهي مصممة للمديرين التنفيذيين والقادة المسؤولين عن استراتيجية تجربة العملاء في مؤسساتهم.

أعدت الشركات الرقمية النصل ضبط توقعات العملاء في كل قطاع. فالعميل اليوم يقارن مصرفه بتطبيق توصيل الطعام، ومستشفاه بخدمة البث التي يستخدمها، ودائرتهم الحكومية بهتجره الإلكتروني المفضل. ومهمة القائد الكبير أن يقود هذه التجربة بوصفها أولوية استراتيجية في عبر القنوات والوظائف ودورة حياة العميل كاملة.

على مدى خمسة أيام مركزة، ستصقل نظرة القائد الكبير إلى تجربة العملاء الرقمية. ستفحص كيف تبني المؤسسات الرائدة التجربة بوصفها قدرة استراتيجية، وتعالج الانضباط العملي في تصميم الرحلة وقياسها، وتدرس أين يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل التفاعل مع العملاء، وتخرج بخارطة طريق لتجربة العملاء في العمل الذي تقوم به.

ينتقل النسبوع من تجربة العملاء بوصفها استراتيجية، إلى الرحلة والروى وصوت العميل، فالقنوات الرقمية والذكاء الاصطناعي والتخصيص، ثم نموذج التشغيل والقياس والتغيير، وصولاً إلى خطة عمل شخصية.

ما الذي ستتعلمه

- تعريف استراتيجية تجربة العملاء الرقمية بلغة أعمال واضحة.
- تشخيص النضج الحالي لتجربة العملاء في مؤسستك.
- تطبيق تصميم رحلة العميل على المستوى التنفيذي.
- توظيف بيانات العملاء وصوت العميل والروى السلوكية بفاعلية.
- حوكمة استخدام الذكاء الاصطناعي والتخصيص في التفاعل مع العملاء.
- بناء نظام قياس يربط التجربة بنتائج الأعمال.
- قيادة التغيير العابر للوظائف الذي تتطلبه تجربة العملاء.
- تصميم خارطة طريق لاثني عشر شهراً لتجربة العملاء الرقمية.

كيف ستستفيد

ستخرج بعدسة تنفيذية ولغة وحكمة تؤكّنك من قيادة استراتيجية تجربة العملاء الرقمية بثقة، إضافة إلى شهادة إتمام من مارس.

وستكسب مؤسستك قائداً كبيراً قادراً على الارتقاء بأجندة العملاء من إجراء تشغيلي روتيني إلى ميزة تجارية، وعلى حوكمة التقنية الداعمة لها بمسؤولية.

لن هذا البرنامج

صُمم البرنامج للرؤساء التنفيذيين والمديرين العامين، ورؤساء شؤون العملاء ورؤساء التسويق، ومديري تجربة العملاء والرقمنة، ومديري التسويق والمبيعات والخدمة، ورؤساء القنوات الرقمية ومراكز الاتصال، وكبار تنفيذي القطاع العام الذين يقودون خدمات المواطنين، وأصحاب الشركات العالمية الذين يقودون تحول العملاء، وأعضاء مجالس الإدارة المشرفين على أجنداث العملاء. الحد الأدنى للأجندة هو مستوى المدير التنفيذي فما فوق.

يُقدّم البرنامج بأسلوب تفاعلي بقيادة ميسر، يمزج بين التدريس والنقاش وأدوات التشخيص المعتمدة والتأهين التطبيقية والتغذية الراجعة الشخصية المستمرة من المدرب الرئيسي. ويحصل المشاركون الناجحون على شهادة إتمام من مارس.