



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

ولاء العملاء وتحسين تجربة العميل

فكرة الدورة

أصبحت تجربة العميل عنصراً حاسماً في قدرة المؤسسات على الاحتفاظ بعملائها وتعزيز ثقتهم في الخدمات المقدمة، خصوصاً مع ارتفاع توقعات العملاء وتعدد قنوات التواصل وتزايد سهولة المقارنة بين البدائل. ولم يعد ولاء العملاء نتيجة للعلاقة التقليدية فقط، بل أصبح مرتبطاً بجودة الرحلة الكاملة للعميل، واتساق نقاط التفاعل، وسرعة الاستجابة، وقدرة المؤسسة على تحويل الملاحظات إلى تحسينات عملية.

يقدم هذا البرنامج من AINFCT إطاراً تدريبياً متكاملًا يساعد المشاركين على فهم محركات الولاء، وتحليل تجربة العميل، وتحديد الفجوات التي تؤثر في الرضا والثقة والتكرار. كما يتناول البرنامج أساليب تصميم مؤشرات قياس مناسبة، وربط نتائج صوت العميل بخطط تحسين قابلة للتنفيذ، مع التركيز على دور الفرق الإدارية والخدمية في خلق تجربة إيجابية مستمرة. يمتاز البرنامج بتوازنه بين المفاهيم التطبيقية والأدوات العملية، بما يدعم بناء توجه مؤسسي أكثر قرباً من العميل وأكثر قدرة على الحفاظ على علاقات طويلة الأمد.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل محركات ولاء العملاء في البيئة الخدمية.
- تقييم تجربة العميل عبر نقاط التفاعل الرئيسية.
- تصميم مؤشرات مناسبة لقياس الرضا والولاء.
- توظيف صوت العميل في تحسين الخدمات.
- إعداد مبادرات عملية لتعزيز الاحتفاظ بالعملاء.
- مواءمة سلوك الفرق مع متطلبات تجربة العميل.

منهجية الدورة

- شرح تفاعلي للمفاهيم الأساسية المرتبطة بالولاء والتجربة.
- تمارين تطبيقية لتحليل رحلة العميل ونقاط التفاعل.
- دراسة حالات خدمية ومناقشة قرارات التحسين المناسبة.
- أنشطة جماعية لتصميم مبادرات تحسين قابلة للتنفيذ.
- تطبيقات عملية على مؤشرات الرضا والولاء.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز قدرة المؤسسة على الاحتفاظ بالعملاء من خلال:
- رفع مستويات الرضا والثقة في الخدمات.
 - تحسين اتساق تجربة العميل عبر القنوات.
 - تقليل الفجوات المتكررة في رحلة العميل.
 - دعم قرارات التحسين ببيانات صوت العميل.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- فهم العلاقة بين الرضا والولاء.
- تشخيص نقاط الألم في تجربة العميل.
- استخدام مؤشرات تجربة العميل بفاعلية.
- اقتراح تحسينات خدمية قابلة للتنفيذ.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في الأدوار المرتبطة بتقديم الخدمة وإدارة العلاقة مع العملاء. كما يفيد المشاركين الراغبين في تطوير فهم عملي لمؤشرات الولاء وتحسين تجربة العميل.

- موظفو ومشرفو خدمة العملاء.
- العاملون في مراكز الاتصال وقنوات التواصل.
- منسقي الجودة والتميز في الخدمات.
- مسؤولو علاقات العملاء وتجربة العميل.
- المديرون الإداريون في الوحدات الخدمية.

اليوم الأول: مدخل إلى ولاء العملاء وتجربة العميل

- مفهوم ولاء العملاء وأبعاده السلوكية والعاطفية.
- العلاقة بين الرضا والثقة والتوصية والاحتفاظ.
- تطور توقعات العملاء في المؤسسات الخدمية.
- دور الثقافة المؤسسية في بناء التجربة.
- مؤشرات عامة لفهم قيمة العميل طويلة الأمد.

اليوم الثاني: تحليل رحلة العميل ونقاط التفاعل

- مفهوم رحلة العميل ومراحلها الرئيسية.
- تحديد نقاط التفاعل المؤثرة في الانطباع العام.
- تحليل نقاط الألم ومسببات تراجع الرضا.
- تمييز اللحظات الحاسمة في العلاقة مع العميل.
- استخدام خرائط رحلة العميل في التشخيص والتحسين.

اليوم الثالث: قياس تجربة العميل وولائه

- اختيار مؤشرات الرضا والولاء المناسبة.
- استخدام مؤشر صافي نقاط الترويج NPS.
- قراءة نتائج الشكاوى والملاحظات والاستبيانات.
- تحليل الاتجاهات المتكررة في صوت العميل.
- ربط مؤشرات القياس بأولويات التحسين.

اليوم الرابع: تصميم مبادرات تحسين تجربة العميل

- تحويل نتائج القياس إلى مبادرات عملية.
- تحسين إجراءات التواصل والاستجابة والمتابعة.
- تصميم حلول تقلل الجهد المبذول من العميل.

- تعزيز التعاطف والوضوح في التعامل الخدمي.
- إدارة التوقعات أثناء تقديم الخدمة.

اليوم الخامس: بناء استدامة الولاء والتحسين المستمر

- دمج تجربة العميل في العمل اليومي.
- توزيع الأدوار والمسؤوليات في تحسين التجربة.
- متابعة أثر المبادرات على الرضا والاحتفاظ.
- إعداد خطة تحسين مبسطة لتجربة العميل.
- مراجعة تطبيقية للحالات والممارسات المستفادة.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يوميًا. يبدأ كل يوم بمراجعة مركزة للمفاهيم المرتبطة بمحور اليوم، ثم ينتقل إلى تطبيقات عملية وتمارين تحليلية، مع تخصيص وقت للنقاشات الجماعية وربط المحتوى بواقع المشاركين. وفي نهاية كل يوم تُراجع أبرز المخرجات لضمان وضوح المفاهيم واستعداد المشاركين لتطبيقها في بيئة العمل.

course_assessment

يعتمد التقييم على المشاركة الفاعلة في النقاشات، وتنفيذ التمارين اليومية، وتطبيق أدوات تحليل تجربة العميل والولاء ضمن أنشطة البرنامج. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة من AINFCT وفق متطلبات الحضور والمشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- تحليل تجربة العميل.
- قياس ولاء العملاء.
- إدارة صوت العميل.
- تصميم مبادرات التحسين.
- التواصل الخدمي الفعّال.
- التفكير الموجه بالعميل.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com