BLACKBIRD FOR TRAINING

خارطة رحلة العميل

February 2027 12 – 8

روما (إيطاليا)



خارطة رحلة العميل

المرجع: 150693_3254180 **التاريخ:** 8 – 12 February 2027 **المكان:** روما (إيطاليا) **الرسوم:** GBP 5200

مقدمة

دورة خريطة رحلة العميل CJM تهدف إلى تزويد المشاركين بفهم شامل لأساسيات رسم خرائط رحلة العميل، وهي أداة قوية تستخدم لتصور وتحليل تجربة العميل عبر جميع التفاعلات مع المنتج أو الخدمة أو المؤسسة. تهدف الدورة إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإنشاء خرائط رحلة عميل فعّالة تسهم في تحسين تجربة العملاء، وتعزيز رضاهم، ودعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية.

من خلال هذه الدورة، ستتعلم كيفية إنشاء خريطة رحلة العميل التي تعكس بدقة تجارب عملائك، مما يمكنك من تحديد فرص خريطة رحلة العميل للتحسين. في نهاية الدورة، ستكون قادرًا على تطبيق منهجيات رسم خرائط رحلة العميل واستراتيجياتها لتحسين تجارب العملاء وتحقيق تحسينات في عمليات عملك.

أهداف الدورة

بنهاية دورة رسم خرائط رحلة العميل، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مفهوم وأهمية رسم خرائط رحلة العميل: اكتساب فهم واضح لـ ما هي خريطة رحلة العميل وكيفية رسم خريطة رحلة العميل لخلق تجربة سلسة للعملاء.
- التعرف على مراحل خريطة رحلة العميل: التعرف على مراحل خريطة رحلة العميل المختلفة لضمان فهم كل خطوة في تفاعل العميل مع عملك.
- إنشاء خريطة رحلة العميل الرقمية: تعلم كيفية تصميم كل من خرائط رحلة العميل الرقمية والتقليدية لتصور كل نقطة اتصال عبر قنوات متعددة.
- جمع رؤى وبيانات العملاء: تطوير تقنيات لجمع تعليقات العملاء باستخدام الاستبيانات والمقابلات وتحليل البيانات لقياس وتحسين دقة تحليلات خريطة رحلة العميل.
- دفع المبادرات الموجهة نحو العميل: تعلم كيفية استخدام خرائط رحلة العميل لدعم اتخاذ القرارات وإنشاء المبادرات التي تعزز الولاء، وتزيد من رضا العملاء، وتنسق العمليات الداخلية.
- اتقان منهجية رسم خرائط رحلة العميل: تطبيق تقنيات رسم خرائط رحلة العميل والتخطيط والاستراتيجية لتحليل نقاط الألم، وتحديد الفرص، وتحسين تجربة العميل.



محاور الدورة

اليوم الأول: مقدمة في رسم خرائط رحلة العميل

- نظرة عامة على رسم خرائط رحلة العميل ودورها في إدارة تجربة العميل.
- الفوائد الرئيسية والتطبيقات المتنوعة لخرائط رحلة العميل عبر الصناعات المختلفة.
- استكشاف نقاط اتصال العميل وفهم دورة حياة العميل.
- تطوير الشخصيات وكيفية تكاملها مع رسم خرائط رحلة العميل.
- فهم غرض رسم خرائط رحلة العميل.

اليوم الثاني: إنشاء خرائط رحلة العميل الفعّالة

- تحديد نطاق وأهداف إنشاء خريطة رحلة العميل.
- التعرف على نقاط اتصال العميل عبر التفاعلات والقنوات المختلفة.
- دمج العواطف والدوافع والتوقعات في خرائط رحلة العميل.
- تقنيات لتصوير رحلة العميل باستخدام الأدوات والأساليب المناسبة لإنشاء خرائط رحلة العميل الرقمية.

اليوم الثالث: جمع رؤى وبيانات العملاء

- تقنيات لإجراء البحث عن العملاء وجمع البيانات القيمة.
- طرق جمع تعليقات العملاء باستخدام الاستبيانات والمقابلات والمجموعات الاستشارية.
- استخدام تحليلات خريطة رحلة العميل و أدوات تصور البيانات لتحسين دقة الخرائط.
- مقدمة في طرق البحث عن تجربة المستخدم UX في رسم خرائط رحلة العميل.

اليوم الرابع: تحليل وتفسير خرائط رحلة العميل

- تحديد نقاط الألم، والاحتكاك، والفجوات في رحلة العميل.
- تحليل مشاعر واحتياجات ودوافع العملاء عند كل نقطة اتصال في خريطة رحلة قرار العميل.
- تحديد الأولويات والتحسينات لتحديد الفرص في خريطة رحلة العميل.
- محاذاة العمليات الداخلية باستخدام رسم خرائط رحلة العميل الداخلية.



اليوم الخامس: دفع المبادرات الموجهة نحو العميل باستخدام خرائط CJM

- استخدام خرائط رحلة العميل لدعم المبادرات الموجهة نحو العميل واتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- استراتيجيات التخطيط لخرائط رحلة العميل لتنفيذ التحسينات بشكل فعّال.
- مراقبة وقياس تأثير خرائط رحلة العميل على رضا العملاء وولائهم.
- استخدام نهج التحسين المستمر لتطوير وتحسين خرائط رحلة العميل على مر الزمن.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

معرفة عميقة بمنهجية رسم خرائط رحلة العميل: سوف تتعرف على أنواع خرائط رحلة العميل، كيفية إنشائها، وكيفية استخدامها بفعالية في مؤسستك.

تحسين رؤى تجربة العملاء: تعلم كيفية جمع رؤى العملاء ورسم مراحل رحلة العميل، مما يمكنك من تحديد نقاط الألم وتقديم حلول قابلة للتنفيذ لتحسين تجربة العميل.

اتخاذ قرارات استراتيجية مدفوعة بالبيانات: باستخدام استراتيجية رسم خرائط رحلة العميل و تحليلات خريطة رحلة العميل، ستتمكن من اتخاذ قرارات تجارية مستنيرة.

أدوات عملية لتحسين تجربة العملاء: جهّز نفسك باستخدام تقنيات رسم خرائط رحلة العميل التي ستمكنك من التعامل مع احتياجات العملاء وتعزيز الولاء وتحويل تجربة العميل إلى عملية قابلة للتطوير.

بيانات قابلة للتنفيذ: تعلم كيفية استخدام تحليلات خريطة رحلة العميل لمتابعة الأداء، مما يسهل تحديد الأولويات التي تحقق نتائج ملموسة.

الخاتمة

تعد دورة رسم خرائط رحلة العميل أداة أساسية لكل من يسعى لتحسين استراتيجيات تجربة العميل. تقدم الدورة استكشافًا شاملاً لفوائد رسم خرائط رحلة العميل و التخطيط و التفكير التصميمي. لا تعلم فقط كيفية إنشاء خريطة رحلة العميل، بل تزوّدك بالأدوات اللازمة لتحليل، وتحسين، وتحسين خرائط رحلة العميل بشكل مستمر.

من خلال إتمام هذه الدورة، ستكتسب المهارات والمعرفة اللازمة لتصميم خرائط رحلة العميل الإبداعية، واستخدام رؤى العملاء لدعم القرارات الاستراتيجية، وخلق تجارب استثنائية للعملاء. سواء كنت تعمل في التسويق أو تجربة المستخدم أو إدارة تجربة العملاء، فإن هذه الدورة ستغير كيفية فهمك وتعامل مع عملائك، مما يجعلك لاعبًا رئيسيًا في رحلة مؤسستك نحو النجاح المبني على العملاء.

