

إدارة تجربة العملاء CX

27 – 31 ديسمبر 2026
كوالالمبور





إدارة تجربة العملاء CX

المرجع: 1607_4721 التاريخ: 27 - 31 ديسمبر 2026 المكان: كوالالمبور الرسوم: GBP 4000

إدارة تجربة العملاء دورة تنفيذية مدتها خمسة أيام يقدمها مركز مارس للتدريب في مراكزنا الدولية في لندن وديي وأمستردام وكوالالمبور وبانكوك — وهي مصممة لكبار مسؤولي العملاء ورؤساء تجربة العملاء وكبار القادة المسؤولين عن التجربة الكاملة التي يعيشها العملاء مع المؤسسة.

انتقلت تجربة العملاء من شأن يخص فريق الخدمة إلى تخصص تجاري على مستوى مجلس الإدارة. فالعملاء اليوم يقارنون كل تفاعل بأفضل تجربة رقمية مروا بها، والجهات التنظيمية تشدد معايير المعاملة العادلة، وتظهر كلفة التجربة السيئة في نسب فقدان العملاء والشكاوى والضرر السمعي. ومهمة قائد تجربة العملاء أن يصمم التجربة ويحكمها ويحسنها عبر وظائف لا تعمل معاً بطبيعتها.

على مدى خمسة أيام مركزة، ستتناول منظومة إدارة تجربة العملاء كاملة: استراتيجية التجربة، وتصميم الرحلات، وبرامج صوت العميل، وقياس التجربة، والحوكمة، والسلوكيات القيادية اللازمة لقيادة برنامج تجربة عابر للوظائف. ويستند البرنامج إلى دراسات حالة من مؤسسات بريطانية وأوروبية وشرق أوسطية، ويرتكز على سياق عملك أنت.

ماذا ستتعلم

بحلول نهاية هذا البرنامج ستكون قادراً على:

- بناء استراتيجية لتجربة العملاء متوائمة مع استراتيجية المؤسسة.
- رسم رحلات العملاء من طرف إلى طرف عبر الوظائف والقنوات.
- تصميم برنامج لصوت العميل يقود تغييراً حقيقياً.
- تطبيق مؤشرات تجربة العملاء المعتمدة NPS و CSAT و CES بانضباط.
- تشخيص نقاط الألم في التجربة وترتيب أولويات التحسين.
- حوكمة برنامج تجربة عملاء عابر للوظائف بفعالية.
- قيادة تجربة العملاء عبر التحول الرقمي والمدفوع بالذكاء الاصطناعي.
- بناء ثقافة تتمحور حول العميل في المؤسسة كلها.
- قياس الأثر التجاري لتحسين تجربة العملاء.
- الدفاع عن الاستثمار في تجربة العملاء أمام الإدارة التنفيذية.



كيف ستستفيد

ستغادر بدليل عمل متكامل لقائد تجربة العملاء يشمل الاستراتيجية والرحلات والقياس والحوكمة، إضافة إلى شهادة إتمام من مارس.

وستكسب مؤسستك قائد تجربة عملاء قادرًا على ربط التجربة بالنتائج التجارية، وحوكمة التحسين عبر الوظائف، وقيادة التحول الثقافي الذي يتطلبه التمركز حول العميل فعليًا.

لمن هذا البرنامج

طُيِّم هذا البرنامج لكبار قادة تجربة العملاء والقادة التجاريين، ومنهم:

- كبار مسؤولي العملاء ورؤساء تجربة العملاء
- مديرو تجربة العملاء ورؤساء استراتيجية العملاء
- رؤساء عمليات العملاء وخدمة العملاء
- مديرو التسويق المسؤولون عن التجربة
- المديرون الرقميون المسؤولون عن القنوات المواجهة للعميل
- كبار مديري العمليات ذوي الأثر المباشر على العميل
- كبار مسؤولي التجربة في القطاع العام والقطاعات المنظمة

الحد الأدنى للمستوى الوظيفي هو مدير أول فما فوق. يُقدَّم البرنامج حضورياً على مدى خمسة أيام في لندن أو دبي أو أمستردام أو كوالالمبور أو بانكوك، وينتهي بمنح شهادة إتمام من مارس.