



دورة تشخيص رحلة تجربة العميل وإعادة تصميمها



دورة تشخيص رحلة تجربة العميل وإعادة تصميمها

المرجع: 153608_702 التاريخ: 28 يونيو – 2 يوليو 2027 المكان: طوكيو الرسوم: 10000 Euro

نظرة عامة

دورة تشخيص رحلة تجربة العميل وإعادة تصميمها لمدة 5 أيام، وهي دورة متقدمة لمديري تجربة العميل وقادة تصميم الخدمة ومالكي الرحلات وقادة مراكز الاتصال وفرق التحسين، ويعود المشاركون بمحفظة إعادة تصميم رحلة تجربة العميل. يدمج المشاركون أدلة تجربة العميل عبر نقاط التفاعل وصوت العميل ورسم الرحلة الحالية واللحظات الحاسمة وقياس التجربة وتصميم الخدمة المستقبلية لترتيب التغييرات بين الإدارات. تربط أجائل للتدريب تشخيص رحلة العميل بإعادة تصميم التجربة على أسس منضبطة.

الفئة المستهدفة

- فرق تجربة العميل المسؤولة عن أداء الرحلات وألويات التحسين
- فرق تصميم الخدمة المسؤولة عن تحويل الرؤى إلى تفاعلات مستقبلية
- مالكو الرحلات المسؤولون عن النتائج عبر القنوات والإدارات
- قادة مراكز الاتصال المسؤولون عن أدلة التجربة والاحتكاك المتكرر
- فرق التحسين متعددة الإدارات المسؤولة عن تغييرات الخدمة المنسقة

تفترض الدورة مسؤولية المشاركين عن رحلات العملاء أو أدلة الخدمة أو أعمال التحسين، وتستبعد خدمة العملاء العامة ومعالجة الشكاوى وحملات العلامة والتحضير للشهادات.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تحسن التجارب عبر القنوات والعمليات ولحظات الخدمة المترابطة.

- تجربة العميل وتصميم الخدمة والعمليات والقنوات الرقمية
- الخدمات المصرفية والتأمين والاتصالات والخدمات التقنية
- التجزئة والتجارة الإلكترونية والضيافة والسفر
- الخدمات الصحية والتعليمية والخدمات الموجهة للجماهير
- الخدمات اللوجستية والمرافق وإدارة المنشآت والخدمات المهنية



أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تطبيق مبادئ تميز الخدمة على تشخيص الرحلة
- تحليل أدلة صوت العميل والبيانات التشغيلية
- بناء خرائط الرحلة الحالية مع اللحظات الحاسمة
- تقييم مقاييس التجربة والفجوات ذات الأولوية
- استخدام أدوات تصميم الخدمة للرحلات المستقبلية
- ترتيب المسؤولين والتجارب وخارطة طريق تحسين تجربة العميل

جدول الدورة

اليوم 1: نطاق التجربة وأدلتها

- خريطة مبادئ تميز الخدمة وفق ISO 23592:2021
- لوحة نطاق التجربة ونتائجها
- ملف شخصية العميل القائم على الأدلة
- قائمة نقاط التفاعل والقنوات
- خطة جمع أدلة الرحلة

اليوم 2: تشخيص الرحلة الحالية

- خريطة رحلة العميل الحالية
- شبكة تحديد لحظات الحقيقة
- سجل نقاط الألم والاحتكاك
- مخطط الخدمة للواجهة الأمامية والخلفية
- مصفوفة تشخيص فجوات الرحلة



اليوم 3: صوت العميل والقياس

- هيكل مصادر صوت العميل
- منهج ترميز موضوعات الملاحظات
- مصفوفة احتياجات العميل وتوقعاته
- شجرة مقاييس تجربة الرحلة
- فحص ثقة الرؤى والتحيز

اليوم 4: إعادة تصميم الحالة المستقبلية

- صياغة المشكلة وبيان الفرصة
- مصفوفة ترتيب تحسينات التجربة
- خريطة رحلة العميل المستقبلية
- بطاقة نموذج مفهوم الخدمة
- خريطة الملكية بين الإدارات

اليوم 5: ممارسة إعادة تصميم الرحلة

- تمرين: تشخيص رحلة متعددة القنوات
- تمرين: دمج أدلة صوت العميل والبيانات التشغيلية
- تمرين: إعداد نموذج للحظة خدمة مستقبلية
- تمرين: ترتيب المقاييس والمسؤولين والتجارب
- المشروع الختامي: محفظة إعادة تصميم رحلة تجربة العميل

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة حالات من الخدمات المصرفية والتجزئة والصحة والسفر لربط أدلة العملاء بقرارات إعادة تصميم الرحلة والخدمة.

- نشاط مقترح: رسم رحلة حالية لتهيئة العميل وتمييز أفعاله ونقاط التفاعل والعمل الخلفى والاحتكاك.
- نشاط مقترح: دمج موضوعات الملاحظات والإشارات التشغيلية لاختبار صياغة مشكلة في التجربة.
- نشاط مقترح: مقارنة خيارات التحسين بحسب أثرها على العميل وقابليتها للتنفيذ وثقة الأدلة والاعتماد بين الإدارات.
- نشاط مقترح: إعداد نموذج للحظة خدمة مستقبلية وتحديد المقاييس والمسؤولين وتجربة التعلم.



الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة تشخيص رحلة تجربة العميل وإعادة تصميمها وماذا تفترض؟

تناسب مديري تجربة العميل وقادة تصميم الخدمة ومالكي الرحلات وقادة مراكز الاتصال وفرق التحسين، وتفترض مسؤوليتهم عن الرحلات أو أدلة الخدمة أو أعمال التحسين.

كيف تختلف دورة إعادة تصميم رحلة العميل عن تدريب خدمة العملاء العام؟

تعالج دورة إعادة تصميم رحلة العميل الأدلة ونقاط التفاعل والعمليات الخلفية والمقاييس والتغييرات بين الإدارات، بينما يطور تدريب خدمة العملاء العام مهارات التفاعل والاتصال الفردية.

كيف يدعم صوت العميل تشخيص رحلة تجربة العميل؟

يكشف صوت العميل الاحتياجات والتوقعات والاحتكاك واللحظات الحاسمة عندما يدمج مع البيانات التشغيلية وسياق الرحلة وفحص واضح لثقة الأدلة.

ما الذي يجعل رحلة العميل المستقبلية قابلة للتنفيذ؟

تكون رحلة العميل المستقبلية قابلة للتنفيذ عندما تربط التفاعلات المقترحة باحتياجات العميل والعمليات الخلفية والمسؤولين والاعتماديات والمقاييس وتغييرات الخدمة القابلة للاختبار.

كيف ترتب تحسينات تجربة العميل؟

ترتب تحسينات تجربة العميل بحسب قوة الأدلة وأثرها على العميل وأهمية الرحلة وقابلية التنفيذ والاعتماديات والملكية وإمكانية اختبار التغيير المقترح.

الخاتمة

يعود المشاركون بمحفظة إعادة تصميم رحلة تجربة العميل، وتضم مخرجات النطاق والشخصيات والرحلة ومخطط الخدمة وصوت العميل والقياس والترتيب والنموذج والملكية وخارطة الطريق. تحول المحفظة الأدلة المتفرقة إلى قرارات منسقة للتجربة. كما تمنح الفرق أساسا عمليا لاختبار تحسينات الرحلة وحوكمتها.