

دورة استراتيجية التفاعل الرقمي مع العملاء

7 – 11 ديسمبر 2026

مونترو

AGILE LEADERS
Training Center

دورة استراتيجية التفاعل الرقمي مع العملاء

المرجع: 154751_717 **التاريخ:** 7 – 11 ديسمبر 2026 **المكان:** مونترو **الرسوم:** Euro 7500

نظرة عامة

دورة استراتيجية التفاعل الرقمي مع العملاء لمدة أسبوع، وهي دورة مهنية لفرق تجربة العميل والخدمة والتسويق والقنوات الرقمية، ويعود المشاركون بخطة لتنسيق التفاعل الرقمي. يرسم المشاركون لحظات الرحلة ويحددون أدوار القنوات ويصممون التفاعلات وقواعد التخصيص وتدفق الاستجابات ومؤشرات القياس والتجارب والحوكمة. تعالج الدورة انفصال نقاط الاتصال الرقمية باستخدام أدوات تصميم وقرار منظمة. تتناول أجايل للتدريب التفاعل الرقمي مع العملاء بوصفه عملا منسقا عبر الرحلة.

الفئة المستهدفة

- الفرق المسؤولة عن تفاعل العملاء عبر الويب والهاتف والبريد والرسائل والقنوات الاجتماعية
- الفرق المسؤولة عن رحلة العميل الرقمية وتصميم نقاط الاتصال
- الفرق المسؤولة عن تنسيق الخدمة الذاتية والخدمة المساندة
- الفرق المسؤولة عن التخصيص واستخدام بيانات العميل وقواعد التفاعل
- الفرق المسؤولة عن قياس التفاعل والتجارب وحوكمة القنوات

تفترض الدورة أن المشاركين يديرون تفاعلات رقمية موجهة للعملاء، وتستبعد سلوكيات خدمة العملاء العامة وإدارة المنصات وإنتاج الحملات الإعلانية.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تؤثر فيها التفاعلات الرقمية المترابطة على مشاركة العميل واستمرارية الرحلة.

- إدارات تجربة العميل وتصميم الخدمة وعمليات العملاء
- إدارات التسويق والقنوات الرقمية وإدارة العلاقات
- إدارات التقنية والمنتجات والتحليلات والخدمة الذاتية
- قطاعات الخدمات المالية والتجزئة والاتصالات والضيافة
- قطاعات الرعاية الصحية والتعليم والمرافق والخدمات المهنية

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل لحظات الرحلة الرقمية وترتيب فرص التفاعل
- بناء قرارات أدوار القنوات وتنسيق نقاط الاتصال
- تطبيق قواعد التخصيص وتصميم التفاعل
- استخدام أساليب توجيه الاستجابة عبر الخدمة الذاتية والمساندة
- تقييم مؤشرات التفاعل ونتائج القياس والتجارب
- بناء إجراءات حوكمة وتحسين للتفاعل الرقمي

جدول الدورة

اليوم 1: لحظات الرحلة والتفاعل

- خريطة لحظات رحلة العميل الرقمية
- مصفوفة ترتيب فرص التفاعل
- لوحة مقصد العميل وسياقه
- أداة تشخيص احتكاك نقاط الاتصال
- ورقة تحديد نتائج التفاعل

اليوم 2: أدوار القنوات وتصميم التفاعل

- مصفوفة أدوار القنوات الرقمية
- خريطة أنماط التفاعل عبر الويب والهاتف
- دليل أغراض البريد والرسائل والقنوات الاجتماعية
- خريطة حدود الخدمة الذاتية والمساندة
- قائمة استمرارية التفاعل عبر القنوات

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: التخصيص وتنسيق الاستجابة

- شبكة شرائح العملاء ومؤشراتهم
- قواعد قرار تخصيص التفاعل
- لوحة ملاءمة المحتوى والعروض
- تدفق توجيه الاستجابة والتصعيد
- فحص استخدام الموافقة والتفضيلات

اليوم 4: القياس والتجارب والحوكمة

- دليل مؤشرات التفاعل الرقمي
- شجرة قياس الرحلة والقنوات
- بطاقة تصميم تجربة التفاعل
- سجل مراجعة التعلم والقرارات
- مصفوفة حوكمة التفاعل الرقمي

اليوم 5: ممارسة استراتيجية التفاعل

- تمرين: تشخيص لحظات الرحلة والاحتكاك
- تمرين: تحديد أدوار القنوات وقواعد الاستمرارية
- تمرين: تصميم منطق التخصيص والاستجابة
- تمرين: اختيار مؤشرات القياس وتجربة
- المشروع الختامي: خطة تنسيق التفاعل الرقمي

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة حالات من التجزئة والخدمات المالية والرعاية الصحية وخدمات الاشتراك لممارسة قرارات التفاعل الرقمي.

- نشاط مقترح: رسم رحلة متقطعة وتحديد لحظات التفاعل التي يحتاج فيها العميل إلى توجيه أو استجابة.
- نشاط مقترح: تحديد أدوار الويب والهاتف والرسائل والبريد والقنوات الاجتماعية والخدمة الذاتية والمساندة.
- نشاط مقترح: تصميم قواعد تخصيص تستخدم سياق العميل وتفضيلاته ومؤشراته القابلة للملاحظة.
- نشاط مقترح: بناء خطة قياس وتجربة لفرصة تفاعل واحدة.

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن يناسب تدريب استراتيجية التفاعل الرقمي مع العملاء، وماذا يفترض؟

يناسب التدريب فرق تجربة العميل والخدمة والتسويق والمنتجات والقنوات الرقمية، ويفترض مسؤوليتها عن نقاط الاتصال الرقمية وقرارات التفاعل.

كيف تختلف استراتيجية التفاعل الرقمي مع العملاء عن تدريب خدمة العملاء العامة؟

تنسق استراتيجية التفاعل الرقمي لحظات الرحلة وأدوار القنوات والتخصيص والاستجابات والقياس والحوكمة، بينما يركز التدريب العام على سلوك الخدمة والمحادثات.

كيف تختار الفرق قنوات التفاعل الرقمي مع العملاء؟

تقارن الفرق بين مقصد العميل ولحظة الرحلة وتعقيد المهمة والإلحاح والتفضيل والحاجة إلى الاستمرارية ومخاطر الخدمة قبل تحديد دور القناة.

ماذا يجب أن يشمل قياس التفاعل الرقمي مع العملاء؟

يربط القياس مؤشرات التفاعل القابلة للملاحظة بنتائج الرحلة وأداء القناة وجهد العميل واستمرارية الاستجابة والقرارات الناتجة عن التجارب.

الخاتمة

يعود المشاركون بخطة تنسيق التفاعل الرقمي التي تغطي لحظات الرحلة والقنوات والتخصيص والاستجابات والقياس والتجارب والحوكمة. تستبدل الخطة الأنشطة الرقمية المنفصلة بقرارات مترابطة وملكية واضحة. وتساعد الفرق على تنسيق التفاعلات واختبار التحسينات ومراجعة مدى دعم التفاعل لمسار العميل المقصود.