

دورة تصميم وحوكمة تجربة العملاء متكاملة القنوات

20 – 24 ديسمبر 2026

كيب تاون

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة تصميم وحوكمة تجربة العملاء متكاملة القنوات

المرجع: 727_155484 **التاريخ:** 20 – 24 ديسمبر 2026 **المكان:** كيب تاون **الرسوم:** 4500 Euro

نظرة عامة

دورة تصميم وحوكمة تجربة العملاء متكاملة القنوات لمدة أسبوع، وهي دورة مهنية لمديري تجربة العملاء وقادة الخدمة ومالكي القنوات ومديري مراكز الاتصال ومصممي الرحلات، ويعود المشاركون منها بمخطط تشغيل تجربة متكاملة القنوات. يربط المشاركون أدوار القنوات واختيار العميل والهوية والسياق المشترك وقواعد الانتقال ومعايير الخدمة وتنسيق الرحلة وحوكمة البيانات والقياس والتحسين. تستبدل الدورة القرارات المجزأة بضوابط تشغيلية منسقة. تطور أجايل للتدريب قدرات إدارة تجربة العملاء متكاملة القنوات.

الفئة المستهدفة

- الفرق المسؤولة عن استراتيجية تجربة العملاء وحوكمتها
- الفرق المسؤولة عن القنوات الرقمية والخدمة المساندة
- الفرق المسؤولة عن مراكز الاتصال وتشغيل الرحلات
- الفرق المسؤولة عن بيانات العملاء واستمرارية التفاعل
- الفرق المسؤولة عن قياس الخدمة وتحسينها

تفترض الدورة أن المشاركين يؤثرون في رحلات العملاء أو عمليات القنوات، وتستبعد تنفيذ البرمجيات وإدارة الحملات ومهارات خدمة العملاء الأساسية.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي ينتقل فيها العملاء بين نقاط التواصل الرقمية والمساندة والمباشرة.

- تجربة العملاء وتصميم الخدمة والقنوات الرقمية
- مراكز الاتصال والعمليات ووظائف بيانات العملاء
- الخدمات المصرفية والتأمين والاتصالات
- التجزئة والضيافة والسفر والخدمات اللوجستية
- الرعاية الصحية والمرافق والخدمات المهنية

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل أدوار القنوات ومتطلبات رحلة العميل
- بناء ضوابط استمرارية الهوية والسياق والانتقال
- تطبيق معايير خدمة مشتركة عبر نقاط التواصل
- استخدام طرق تنسيق الرحلة وحوكمة البيانات
- تقييم مقاييس التجربة عبر القنوات
- ترتيب أولويات تحسين التجربة متكاملة القنوات

جدول الدورة

اليوم 1: أسس التجربة متكاملة القنوات

- خريطة التمييز بين القنوات المتعددة والمتكاملة
- شبكة أدلة اختيار العميل للقناة
- مصفوفة غرض كل نقطة تواصل ودورها
- لوحة حدود رحلة العميل المتكاملة
- مجموعة مبادئ التجربة متكاملة القنوات

اليوم 2: السياق والانتقال بين القنوات

- خريطة توحيد هوية العميل
- قائمة فحص استمرارية سياق التفاعل
- دليل قواعد الانتقال بين القنوات
- متطلبات إتاحة سجل الخدمة
- تحليل إخفاقات الانتقال بين القنوات

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: تنسيق الرحلة وحوكمة التشغيل

- مسار قرارات تنسيق رحلة العميل
- مصفوفة ملكية القنوات والمساءلة
- معيار الخدمة المشترك بين الإدارات
- دليل توجيه الاستثناءات والتصعيد
- إيقاع اجتماعات حوكمة التجربة المتكاملة

اليوم 4: البيانات والقياس والتحسين

- فحص غرض استخدام بيانات العميل وأذوناته
- بنية مقاييس التجربة عبر القنوات
- لوحة أداء رحلة العميل
- خطة ملاحظة اتساق القنوات
- سجل تحسين التجربة متكاملة القنوات

اليوم 5: ممارسة تصميم التجربة المتكاملة

- تمرين: تشخيص رحلة عميل مجزأة
- تمرين: تصميم انتقال يحافظ على السياق
- تمرين: توزيع أدوار حوكمة القنوات
- تمرين: بناء مجموعة مقاييس للرحلة
- المشروع الختامي: مخطط تشغيل تجربة متكاملة القنوات

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة مستمدة من الخدمات المصرفية والتجزئة والرعاية الصحية والاتصالات.

- نشاط مقترح: مقارنة تجارب القنوات المنفصلة وتحديد الانقطاعات في الهوية والسياق والملكية ومعايير الخدمة.
- نشاط مقترح: تصميم انتقال من الخدمة الذاتية إلى الخدمة المساندة من دون تكرار معلومات العميل.
- نشاط مقترح: اختيار مقاييس على مستوى الرحلة تكشف النتائج بما يتجاوز أداء كل قناة منفردة.
- نشاط مقترح: ترتيب التحسينات وفق أثر العميل والجدوى التشغيلية وأدلة الاعتماديات.

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة تجربة العملاء متكاملة القنوات، وماذا تفترض؟

تناسب الدورة مديري تجربة العملاء وقادة الخدمة ومالكي القنوات ومديري مراكز الاتصال ومصممي الرحلات، وتفترض مسؤولية عن الرحلات أو القنوات أو البيانات أو القرارات التشغيلية.

كيف تختلف تجربة العملاء متكاملة القنوات عن خدمة العملاء متعددة القنوات؟

تربط التجربة المتكاملة القنوات بهوية وسياق ومعايير وملكية وقياس مشترك، بينما قد توفر الخدمة متعددة القنوات قنوات عدة تعمل بصورة مستقلة.

ما الذي يجعل رحلة العميل متسقة عبر القنوات؟

تحافظ الرحلة المتسقة على سياق العميل، وتطبق معايير خدمة متوافقة، وتحدد الملكية، وتدعم اختيار القناة المناسب، وتقيس النتيجة المتكاملة بدلا من التفاعلات المنفردة.

كيف تقاس تجربة العملاء متكاملة القنوات؟

يجمع القياس بين نتائج الرحلة وجهد العميل ونجاح الانتقال وتكرار الاتصال والحل واتساق الخدمة وأدلة تشغيل القنوات ذات الصلة.

الخاتمة

يعود المشاركون بمخطط تشغيل تجربة متكاملة القنوات يضم أدوار القنوات وضوابط الاستمرارية وقواعد الانتقال والحوكمة وفحوص البيانات والمقاييس وأولويات التحسين. يحول المخطط قرارات القنوات المنفصلة إلى إدارة منسقة للرحلة. ويدعم التجارب المترابطة من دون فرض منصة تقنية محددة.