

رقم الدورة 1072

إدارة رحلة العميل وتجربة العملاء في القطاع المصرفي

الخدمات المصرفية للأفراد وتجربة العملاء
التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية

طريقة التقديم

حضور

التواريخ

٣٢-٧٢ نوفمبر ٢٠٢٢

المدة

5 أيام

المكان

تونس، تونس



تفاصيل الموعد المجدول

تونس، تونس

المدينة

٧٢-٣٢ نوفمبر ٢٠٢٢

التاريخ

حضور

طريقة التقديم

€ ٠٨,٣٧

رسوم الدورة

نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة إدارة رحلة العميل وتجربة العملاء في القطاع المصرفي من البرامج التدريبية المتقدمة التي صُممت لتمكين المؤسسات المالية والمصرفية من بناء تجارب مصرفية متميزة تركز على احتياجات العميل وتوقعاته، بما يساهم في تعزيز الولاء، وتحسين جودة الخدمات، ورفع القدرة التنافسية للمؤسسة. وفي ظل التحول الرقمي المتسارع وتغير سلوك العملاء، أصبحت تجربة العميل أحد أهم العوامل المؤثرة في نجاح البنوك واستدامة نموها، ولم تعد جودة المنتجات المصرفية وحدها كافية لتحقيق التميز.

تركز الدورة على المفاهيم والمنهجيات الحديثة لإدارة رحلة العميل بدايةً من التعرف على احتياجاته، مروراً بجميع نقاط التفاعل مع البنك، وحتى خدمات ما بعد البيع وإدارة العلاقات طويلة الأمد. كما تستعرض أفضل الممارسات العالمية في تصميم رحلات العملاء، وتحليل نقاط القوة والضعف، وتطوير الخدمات المصرفية بما يحقق تجربة سلسلة متكاملة عبر الفروع، والقنوات الرقمية، ومراكز الاتصال، والخدمات الإلكترونية.

كما تتناول الدورة الأدوات العملية المستخدمة في رسم خرائط رحلة العميل (Mapping Journey Customer)، وتصميم الخدمات (Design Service)، وتحليل تجربة العميل (Analysis Experience Customer)، بالإضافة إلى آليات قياس رضا العملاء، وإدارة الشكاوى، وتحويل ملاحظات العملاء إلى فرص حقيقية لتحسين المستثمر والابتكار المؤسسي، مع مراعاة متطلبات الحوكمة والامتثال وجودة الخدمات المصرفية.

ومن خلال التطبيقات العملية، ودراسات الحالة، وورش العمل التفاعلية، سيتمكن المشاركون من تطوير خطط تنفيذية قابلة للتطبيق لتحسين تجربة العملاء داخل مؤسساتهم، وتعزيز التكامل بين الإدارات المختلفة، ورفع

كفاءة العمليات المصرفية بما يدعم الأداء المؤسسي، ويزيد من مستويات رضا العملاء، ويسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة المالية.

أهداف الدورة

- تحليل مفهوم إدارة رحلة العميل وتجربة العملاء في القطاع المصرفي وتحديد عناصرها الأساسية بنهاية البرنامج التدريبي.
- تطوير خرائط احترافية لرحلة العميل تغطي مختلف الخدمات والمنتجات والقنوات المصرفية.
- تقييم نقاط التفاعل مع العملاء واكتشاف الفجوات التشغيلية وفرص التحسين باستخدام منهجيات عملية.
- تطبيق مبادئ تصميم الخدمات المصرفية بما يحقق تجربة أكثر كفاءة وسهولة للعملاء.
- تصميم مبادرات عملية لتحسين تجربة العملاء بما يتوافق مع أهداف المؤسسة واستراتيجيتها.
- تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تطوير معايير خدمة العملاء وآليات الاستجابة الفعالة.
- تعزيز التكامل والتنسيق بين الإدارات المختلفة لتقديم تجربة مصرفية متسقة عبر جميع القنوات.
- تنفيذ آليات فعالة لجمع وتحليل آراء العملاء والاستفادة منها في التحسين المستمر.
- تقييم مؤشرات أداء تجربة العميل وقياس مستويات رضا العملاء باستخدام أدوات قياس مناسبة.
- موازنة مبادرات تجربة العميل مع برامج التحول الرقمي والتميز التشغيلي وخطط التطوير المؤسسي.
- الفئات المستهدفة:
- ضمنت هذه الدورة لمديري الفروع المصرفية، ومديري خدمة العملاء، ومديري تجربة العميل، ومديري العمليات المصرفية، ومديري الجودة والتميز المؤسسي، ومديري التحول الرقمي، ومديري تطوير الأعمال، ومديري إدارة العلاقات مع العملاء، ومديري التسويق المصرفي، ومديري المنتجات المصرفية، إضافة إلى القيادات التنفيذية المعنية بتطوير الخدمات وتعزيز رضا العملاء في المؤسسات المالية.
- كما تستهدف مسؤولي تجربة العملاء، وأخصائيي خدمة العملاء، وأخصائيي تطوير العمليات، ومحلي الأعمال، وأخصائيي الجودة، ومسؤولي إدارة الشكاوى، وأخصائيي إدارة علاقات العملاء (CRM)، وفرق الابتكار

والتحسين المستمر، والعاملين في مراكز الاتصال والخدمات الرقمية، وجميع المختصين المشاركين في تصميم أو تطوير الخدمات المصرفية.

- وتناسب الدورة كذلك موظفي البنوك التجارية، والبنوك الإسلامية، والبنوك المركزية، والمؤسسات المالية، وشركات التمويل، والجهات الحكومية والهيئات التنظيمية التي تسعى إلى تطوير تجربة العملاء وتحقيق مستويات أعلى من جودة الخدمات والتميز المؤسسي.

الفئة المستهدفة

This course is designed for banking executives, customer experience managers, retail banking managers, branch managers, relationship managers, customer service managers, operations managers, digital banking professionals, service excellence specialists, business transformation teams, and professionals responsible for improving customer engagement across financial institutions. It is particularly valuable for organizations seeking to strengthen customer loyalty, enhance service delivery, and improve operational performance through customer-focused strategies.

The program is also highly relevant for customer journey specialists, process improvement professionals, quality assurance teams, product managers, business analysts, marketing professionals, CRM specialists, complaints management teams, digital transformation leaders, and organizational development professionals involved in designing or improving customer-facing banking services. Financial institutions, central banks, government entities, public sector financial organizations, and large corporations with customer service functions will benefit from the practical frameworks presented throughout the course.

Additionally, professionals responsible for strategic planning, innovation, operational excellence, customer insights, and service delivery governance will gain valuable techniques for integrating customer journey management into organizational planning while supporting sustainable business growth and improved customer outcomes.

مخرجات التعلم

- بنهاية البرنامج سيكون المشاركون قادراً على:
- تحليل رحلة العميل عبر مختلف الخدمات والقنوات المصرفية.
- إعداد خرائط متكاملة لرحلة العميل وتحديد نقاط التفاعل الرئيسية.
- تقييم جودة تجربة العملاء واكتشاف فرص التحسين في الخدمات المصرفية.
- تصميم تجارب مصرفية تتمحور حول العميل وتحقيق قيمة مضافة للمؤسسة.
- تطبيق مبادئ تصميم الخدمات لتحسين العمليات والإجراءات المصرفية.
- تنفيذ برامج فعالة لقياس رضا العملاء وتحليل نتائجها.
- استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس وتحسين تجربة العملاء.
- تعزيز التعاون بين الإدارات المختلفة لتقديم تجربة مصرفية متكاملة.
- دمج مبادرات التحول الرقمي في تطوير رحلة العميل وتحسين الخدمات.
- إعداد خطة تنفيذية شاملة لتحسين تجربة العملاء داخل المؤسسة المصرفية.
- المحتوى العلمي:

محاور الدورة

اليوم الأول

أساسيات إدارة رحلة العميل وتجربة العملاء في القطاع المصرفي

- مفهوم تجربة العميل وأهميتها الاستراتيجية في القطاع المصرفي.
- مبادئ إدارة رحلة العميل وتجربة العملاء في البنوك.
- تطور توقعات العملاء وأثرها على الخدمات المصرفية.

اليوم الأول — تابع

- تحديد شرائح العملاء وبناء شخصيات العملاء (Personas Customer).
- تطبيق عملي: رسم رحلة العميل الحالية لإحدى الخدمات المصرفية.

اليوم الثاني

تصميم رحلة العميل والخدمات المصرفية

- منهجية رسم خرائط رحلة العميل (Mapping Journey Customer).
- تحليل نقاط التفاعل (Touchpoints) ولحظات الحقيقة (Truth of Moments).
- تصميم الخدمات المصرفية وفق احتياجات العملاء.
- تحليل الفجوات التشغيلية وفرص تطوير تجربة العملاء.
- تطبيق عملي: إعداد خريطة رحلة عميل متكاملة وتحديد فرص التحسين.

اليوم الثالث

تحسين تجربة العملاء عبر القنوات المصرفية

- تصميم تجربة مصرفية متكاملة عبر الفروع والقنوات الرقمية.
- تحسين تجربة العملاء في الخدمات الإلكترونية وتطبيقات الهاتف المصرفي.
- إدارة التواصل مع العملاء وتعزيز المشاركة والولاء.
- توظيف التحول الرقمي والابتكار في تحسين تجربة العميل.
- تطبيق عملي: إعادة تصميم رحلة عميل لإحدى الخدمات المصرفية.

اليوم الرابع

قياس وإدارة أداء تجربة العملاء

- حوكمة تجربة العملاء وربطها بالأهداف المؤسسية.
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) الخاصة بتجربة العملاء.
- قياس رضا العملاء وتحليل النتائج.
- إدارة شكاوى العملاء واستراتيجيات استعادة رضاهم.
- تطبيق عملي: تصميم لوحة مؤشرات لقياس أداء تجربة العملاء.

اليوم الخامس

تنفيذ استراتيجية تجربة العملاء في القطاع المصرفي

- إعداد استراتيجية متكاملة لإدارة رحلة العميل.
- موازنة تجربة العملاء مع التميز التشغيلي والتحول المؤسسي.
- قيادة التغيير وتعزيز ثقافة التركيز على العميل داخل البنك.
- إعداد مبادرات مستدامة للتحسين المستمر والابتكار في الخدمات المصرفية.
- ورشة عمل ختامية: إعداد خطة تنفيذية متكاملة لتطبيق إدارة رحلة العميل وتجربة العملاء في القطاع المصرفي، تتضمن الأولويات، والمسؤوليات، ومؤشرات الأداء، وآليات المتابعة والتحسين المستمر.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/banking-customer-journey-experience-design>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440