

رقم الدورة 1068

التميز في تجربة العملاء في القطاع المصرفي

الخدمات المصرفية للأفراد وتجربة العملاء
التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية

طريقة التقديم

حضور

التواريخ

٩-٣١ نوفمبر ٢٠٢٢

المدة

5 أيام

المكان

برلين، ألمانيا



تفاصيل الموعد المجدول

برلين، ألمانيا

المدينة

٩-٣١ نوفمبر ٢٠٢٢

التاريخ

حضور

طريقة التقديم

€ ٨,٥٠٠

رسوم الدورة

نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة التميز في تجربة العملاء في القطاع المصرفي من البرامج التدريبية المتقدمة التي تهدف إلى تمكين العاملين في البنوك والمؤسسات المالية من تصميم وإدارة وتطوير تجربة عملاء استثنائية عبر جميع القنوات المصرفية التقليدية والرقمية. وفي ظل المنافسة المتزايدة في القطاع المالي، لم تعد المنتجات والخدمات وحدها كافية لتحقيق التميز، بل أصبحت تجربة العميل عاملاً استراتيجياً يساهم في تعزيز الولاء، وزيادة الحصة السوقية، وتحسين السمعة المؤسسية، وتحقيق النمو المستدام.

يركز البرنامج على تطوير فهم شامل لمفاهيم تجربة العميل، ورحلة العميل، وتصميم الخدمات، وإدارة العلاقات، وتحليل احتياجات العملاء، وقياس رضا العملاء، وإدارة الشكاوى، وتحسين جودة الخدمات، وتخصيص التجربة، مع توضيح كيفية تقديم تجربة مصرفية متكاملة تتسم بالسهولة والسرعة والكفاءة عبر مختلف نقاط التواصل مع العملاء.

كما يستعرض البرنامج التكامل بين تجربة العملاء والخدمات المصرفية للأفراد، والخدمات المصرفية للشركات، والقنوات الرقمية، وإدارة الفروع، وإدارة العمليات، والتسويق، وإدارة العلاقات مع العملاء (CRM)، وإدارة المخاطر، والامتثال التنظيمي، مع التركيز على الاستفادة من التحول الرقمي، والذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، وبرامج صوت العميل، ومؤشرات الأداء لرفع جودة الخدمات وتحقيق التميز المؤسسي.

ومن خلال دراسات الحالة، وورش العمل التطبيقية، وتمارين تصميم رحلة العميل، والمحاكاة العملية، سيتمكن المشاركون من تطوير استراتيجيات متكاملة لتحسين تجربة العملاء، وتحليل نقاط التحسين، وتعزيز جودة الخدمات،

ورفع مستويات رضا العملاء وولائهم، بما يدعم الأداء المؤسسي ويحقق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة المصرفية.

أهداف الدورة

- تحليل مبادئ التميز في تجربة العملاء في القطاع المصرفي وتقييم أثرها على رضا العملاء والأداء المؤسسي بنهاية البرنامج.
- تطوير استراتيجيات تركز على العميل لتحسين جودة الخدمات المصرفية عبر جميع القنوات.
- تقييم احتياجات العملاء وسلوكهم وتصميم تجارب مصرفية تتوافق مع توقعاتهم.
- تطبيق أدوات رسم وتحليل رحلة العميل لتحسين نقاط التواصل والخدمة.
- تصميم مبادرات لتعزيز تفاعل العملاء وزيادة مستويات الولاء والاحتفاظ بهم.
- تحسين آليات إدارة الشكاوى واستعادة رضا العملاء وفق أفضل الممارسات العالمية.
- تعزيز الحوكمة والامتثال من خلال تطبيق معايير حماية العملاء وجودة الخدمات والضوابط التشغيلية.
- تنفيذ مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات رضا العملاء، وصوت العميل، ومؤشر صافي نقاط التوصية لقياس جودة تجربة العملاء.
- تقييم أثر التحول الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والتكنولوجيا المالية، وتحليلات البيانات على تطوير تجربة العملاء.
- مواءمة استراتيجيات تجربة العملاء مع الخدمات المصرفية للأفراد، والخدمات المصرفية للشركات، والتحول الرقمي، والتميز التشغيلي، والأهداف الاستراتيجية للمؤسسة قبل نهاية الدورة.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة مدراء تجربة العملاء، ومدراء الفروع، ومدراء العلاقات المصرفية، ومدراء الخدمات المصرفية للأفراد، ومدراء الخدمات المصرفية للشركات، ومدراء خدمة العملاء، ومدراء العمليات المصرفية، ومدراء المنتجات

المصرفية، ومدراء التسويق، ومدراء التحول الرقمي، ومدراء الجودة، ومدراء مراكز الاتصال، والعاملين في إدارات خدمة العملاء، وإدارة العلاقات، والتسويق، والعمليات، والخدمات الرقمية، والجودة في البنوك والمؤسسات المالية.

كما تناسب الرؤساء التنفيذيين للخدمات المصرفية، والرؤساء التنفيذيين لتجربة العملاء، ومدراء القطاعات المصرفية، وأعضاء الإدارة التنفيذية، ومدراء الاستراتيجية، والعاملين في الجهات الحكومية، والوزارات، والمؤسسات العامة، وشركات التكنولوجيا المالية، وجميع صناعات القرار المسؤولين عن تطوير الخدمات، وتحسين تجربة العملاء، وتعزيز الولاء، وتحقيق النمو المؤسسي.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على:
- تطوير استراتيجيات متكاملة لتحسين تجربة العملاء في القطاع المصرفي.
- تحليل رحلة العميل وتحديد فرص تحسين جودة الخدمات في مختلف القنوات.
- تصميم خدمات مصرفية تركز على احتياجات العملاء وتحقيق تجربة متميزة.
- تحسين إدارة الشكاوى واستعادة رضا العملاء وتعزيز الثقة بالمؤسسة.
- تطوير برامج لزيادة ولاء العملاء وتعزيز العلاقات طويلة الأمد.
- تطبيق مؤشرات قياس تجربة العملاء مثل مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشر رضا العملاء، ومؤشر صافي نقاط التوصية، وصوت العميل.
- إعداد تقارير تنفيذية تدعم اتخاذ القرار وتحسين جودة الخدمات المصرفية.
- دمج تجربة العملاء مع التحول الرقمي، وإدارة العلاقات، والتميز التشغيلي، وإدارة المخاطر.
- تقييم أثر الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات والتكنولوجيا المالية على تحسين تجربة العملاء.
- إعداد خطة تنفيذية لتعزيز ثقافة التركيز على العميل، وتحسين جودة الخدمات، وزيادة رضا العملاء وولائهم، ورفع الكفاءة التشغيلية، ودعم النمو المستدام للمؤسسة.

محاوّر الدورة

المحتوى التدريبي:

اليوم الأول

أسس التميز في تجربة العملاء

- مفهوم تجربة العملاء في القطاع المصرفي.
- تطور توقعات العملاء وسلوكهم.
- تقسيم العملاء وتحليل احتياجاتهم.
- رسم وتحليل رحلة العميل.
- تطبيق عملي: إعداد خريطة رحلة العميل للخدمات المصرفية.

اليوم الثاني

تصميم التجربة المصرفية المتميزة

- منهجيات تصميم الخدمات المصرفية.
- استراتيجيات إشراك العملاء.
- التخصيص وتقديم الحلول المصرفية المناسبة.
- تجربة العميل عبر القنوات المتعددة.
- تطبيق عملي: تصميم تجربة مصرفية متكاملة تركز على العميل.

اليوم الثالث

إدارة العلاقات وجودة الخدمات

- إدارة العلاقات مع العملاء.
- برامج صوت العميل وتحليل التغذية الراجعة.

اليوم الثالث — تابع

- إدارة الشكاوى واستعادة جودة الخدمة.
- أطر تحسين جودة الخدمات المصرفية.
- تطبيق عملي: إعداد مبادرات لتحسين تجربة العملاء.

اليوم الرابع

الحوكمة والتحول الرقمي وقياس الأداء

- حماية العملاء والامتثال التنظيمي.
- التحول الرقمي وتجربة العملاء.
- الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في الخدمات المصرفية.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشر رضا العملاء، ومؤشر صافي نقاط التوصية، ومؤشر جهد العميل.
- تطبيق عملي: تصميم لوحة مؤشرات لقياس تجربة العملاء.

اليوم الخامس

بناء ثقافة مصرفية تركز على العميل

- أفضل الممارسات العالمية في تجربة العملاء.
- القيادة ودورها في تعزيز ثقافة التركيز على العميل.
- التحسين المستمر والابتكار في الخدمات المصرفية.
- تمكين الموظفين لتحقيق التميز في تقديم الخدمة.

اليوم الخامس — تابع

- الورشة الختامية: إعداد خطة تنفيذ متكاملة للتميز في تجربة العملاء في القطاع المصرفي، تشمل تحليل رحلة العميل، وتصميم الخدمات، وتطوير برامج إشراك العملاء، وتحسين إدارة الشكاوى، وتطبيق الحلول الرقمية، والاستفادة من الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات، وقياس الأداء، وتعزيز الامتثال، وتمكين الموظفين، وآليات التحسين المستمر، بما يساهم في رفع رضا العملاء، وتعزيز الولاء، وتحسين جودة الخدمات، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتحقيق النمو والاستدامة المؤسسية.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

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

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440