

رقم الدورة 1076

تجربة العملاء الرقمية في القطاع المصرفي

الخدمات المصرفية للأفراد وتجربة العملاء
التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية

طريقة التقديم

حضور

التواريخ

٨٢ سبتمبر - ٢ أكتوبر ٢٠٢٢

المدة

5 أيام

المكان

الرياض، المملكة العربية السعودية



تفاصيل الموعد المجدول

الرياض، المملكة العربية السعودية

المدينة

٨٢ سبتمبر – ٢ أكتوبر ٢٠٢٢

التاريخ

حضور

طريقة التقديم

€ ٠٢,٤٠

رسوم الدورة

نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة تجربة العملاء الرقمية في القطاع المصرفي من البرامج التدريبية المتقدمة التي تهدف إلى تمكين العاملين في البنوك والمؤسسات المالية من تصميم وإدارة تجارب رقمية متكاملة تلبي توقعات العملاء وتعزز رضاهم وولاءهم. ومع تسارع التحول الرقمي، وتوسع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وارتفاع توقعات العملاء للحصول على خدمات سريعة وسلسة وأمنة، أصبحت تجربة العميل الرقمية أحد أهم عوامل التميز التنافسي وتحقيق النمو المستدام في القطاع المصرفي.

يركز البرنامج على أحدث المفاهيم والاستراتيجيات المتعلقة بتجربة العملاء الرقمية، ورحلة العميل الرقمية، والتفاعل عبر القنوات المتعددة، وتصميم الخدمات الرقمية، وتجربة المستخدم (UX)، وواجهة المستخدم (UI)، وتحليل سلوك العملاء، والتخصيص الذكي للخدمات، بما يسهم في تقديم تجربة مصرفية متكاملة وسهلة الاستخدام عبر مختلف القنوات الرقمية.

كما يستعرض البرنامج التكامل بين تجربة العملاء الرقمية وإدارة علاقات العملاء (CRM)، والخدمات المصرفية الرقمية، والخدمات المصرفية للأفراد والشركات، والتسويق الرقمي، والذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، والتكنولوجيا المالية (FinTech)، وإدارة الجودة، والامتثال التنظيمي، والأمن السيبراني، مع التركيز على توظيف التقنيات الحديثة لتحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية.

ومن خلال دراسات الحالة، وورش العمل التطبيقية، وتمارين تصميم رحلة العميل، وتحليل التجارب الرقمية، ومحاكاة السيناريوهات الواقعية، سيكتسب المشاركون المهارات العملية اللازمة لتطوير تجارب مصرفية رقمية متميزة،

وزيادة معدلات استخدام القنوات الرقمية، وتحسين جودة الخدمات، وتعزيز رضا العملاء وولائهم، بما يدعم تحقيق أهداف البنك واستدامة نموه.

أهداف الدورة

- تحليل مبادئ تجربة العملاء الرقمية في القطاع المصرفي وتقييم أثرها على رضا العملاء والأداء المؤسسي بنهاية البرنامج.
- تطوير استراتيجيات متكاملة لتحسين تجربة العملاء عبر القنوات المصرفية الرقمية.
- تقييم رحلة العميل الرقمية وتحديد فرص تطوير الخدمات وتحسين نقاط التفاعل.
- تطبيق منهجيات تصميم تجربة المستخدم (UX) وتحسين واجهات الاستخدام (UI) في الخدمات المصرفية.
- تصميم خدمات مصرفية رقمية مخصصة تلبي احتياجات العملاء وتعزيز ولاءهم.
- تحسين التفاعل مع العملاء من خلال القنوات الرقمية والاستفادة من البيانات في اتخاذ القرار.
- تعزيز الامتثال للمتطلبات التنظيمية، وحماية العملاء، وأفضل ممارسات الأمن السيبراني في الخدمات الرقمية.
- تنفيذ مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات تجربة العملاء الرقمية، ورضا العملاء، ومعدلات التفاعل لقياس الأداء.
- تقييم أثر الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، والأتمتة، والتكنولوجيا المالية، والخدمات المصرفية المفتوحة على تجربة العملاء.
- مواءمة استراتيجيات تجربة العملاء الرقمية مع إدارة علاقات العملاء، والتحول الرقمي، وتجربة العملاء، والتميز التشغيلي، والأهداف الاستراتيجية للمؤسسة قبل نهاية الدورة.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة مدراء تجربة العملاء، ومدراء التحول الرقمي، ومدراء الخدمات المصرفية الرقمية، ومدراء الفروع، ومدراء علاقات العملاء، ومدراء الخدمات المصرفية للأفراد، ومدراء الخدمات المصرفية للشركات، ومدراء التسويق الرقمي، ومدراء المنتجات المصرفية، ومدراء الجودة، ومدراء الابتكار، وأخصائيي تجربة المستخدم (UX)، وأخصائيي إدارة علاقات العملاء (CRM)، والعاملين في إدارات خدمة العملاء، والعمليات، وتقنية المعلومات، والتحول الرقمي، والتطوير المؤسسي.

كما تناسب القيادات التنفيذية، ومدراء الاستراتيجية، ومدراء التكنولوجيا المالية، ومدراء الامتثال، ومدراء المخاطر التشغيلية، والعاملين في الجهات الحكومية، والمؤسسات العامة، والبنوك، وشركات التكنولوجيا المالية، وجميع المسؤولين عن تطوير الخدمات الرقمية، وتحسين تجربة العملاء، وتعزيز الابتكار، وتحقيق النمو المؤسسي.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على:
- تطوير استراتيجيات متكاملة لتحسين تجربة العملاء الرقمية في القطاع المصرفي.
- تحليل رحلة العميل الرقمية وتحديد فرص تحسين جودة الخدمات.
- تطبيق منهجيات تصميم تجربة المستخدم (UX) وتحسين واجهات الاستخدام (UI) في الخدمات المصرفية.
- تصميم خدمات رقمية مخصصة تعزز رضا العملاء وولاءهم.
- تحسين التفاعل مع العملاء عبر القنوات الرقمية المختلفة.
- تطبيق متطلبات الامتثال، وحماية العملاء، والأمن السيبراني في الخدمات المصرفية الرقمية.
- إعداد تقارير تنفيذية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات تجربة العملاء الرقمية، ورضا العملاء، ومعدلات التفاعل.
- دمج تجربة العملاء الرقمية مع إدارة علاقات العملاء، والتحول الرقمي، وإدارة الجودة، والتميز التشغيلي.

- تقييم دور الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، والتكنولوجيا المالية في تطوير تجربة العملاء الرقمية.
- إعداد خطة تنفيذية لتحسين تجربة العملاء الرقمية، وزيادة استخدام القنوات الإلكترونية، وتعزيز رضا العملاء وولائهم، وتحقيق النمو المستدام.

محاوّر الدورة

المحتوى التدريبي:

اليوم الأول

أساسيات تجربة العملاء الرقمية في القطاع المصرفي

- مفهوم تجربة العملاء الرقمية وأهميتها.
- تطور الخدمات المصرفية الرقمية وتوقعات العملاء.
- رحلة العميل الرقمية ونقاط التفاعل.
- التحول نحو الخدمات المصرفية المتمحورة حول العميل.
- تطبيق عملي: رسم وتحليل رحلة العميل الرقمية.

اليوم الثاني

تصميم تجربة رقمية متميزة

- مبادئ تصميم تجربة المستخدم (UX).
- تصميم واجهات الاستخدام (UI) في الخدمات المصرفية.
- إدارة التفاعل عبر القنوات الرقمية المتعددة.
- استراتيجيات التخصيص وتحسين تجربة العميل.
- تطبيق عملي: تصميم خدمة مصرفية رقمية تتمحور حول العميل.

اليوم الثالث

الابتكار والتكنولوجيا في تجربة العملاء

- الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.
- تحليلات البيانات وفهم سلوك العملاء.
- التكنولوجيا المالية (FinTech) والخدمات المصرفية المفتوحة.
- الابتكار في تطوير الخدمات الرقمية.
- تطبيق عملي: تقييم مبادرات تطوير تجربة العملاء الرقمية.

اليوم الرابع

الحوكمة وقياس الأداء

- حماية العملاء والامتثال التنظيمي في البيئة الرقمية.
- الأمن السيبراني وأمن المعلومات في الخدمات المصرفية الرقمية.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ومؤشرات تجربة العملاء الرقمية، ورضا العملاء، ومعدلات التفاعل.
- التحسين المستمر باستخدام تحليلات البيانات والتغذية الراجعة.
- تطبيق عملي: تصميم لوحة مؤشرات لقياس تجربة العملاء الرقمية.

اليوم الخامس

بناء استراتيجية متكاملة لتجربة العملاء الرقمية

- أفضل الممارسات العالمية في تجربة العملاء الرقمية.
- القيادة في المؤسسات الرقمية المتمحورة حول العميل.
- الابتكار والتحسين المستمر في الخدمات المصرفية الرقمية.
- التخطيط الاستراتيجي لتعزيز تجربة العملاء الرقمية.

اليوم الخامس — تابع

- الورشة الختامية: إعداد خطة تنفيذ متكاملة لتطوير تجربة العملاء الرقمية في القطاع المصرفي تشمل تحسين رحلة العميل، وتعزيز تجربة المستخدم، وإدارة القنوات الرقمية، وتطبيق الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات، وتطوير الخدمات الرقمية، وإدارة علاقات العملاء، وتعزيز الامتثال والأمن السيبراني، وقياس الأداء، والتحسين المستمر، بما يسهم في رفع رضا العملاء، وزيادة استخدام الخدمات الرقمية، وتعزيز الولاء، وتحقيق التميز التشغيلي والنمو المستدام.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

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

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

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440