



## Customer Experience Professional

## محترف تجربة المستفيد

### What Will I Benefit?



### ماذا سأستفيد؟

- \* This course equips professionals with the skills and knowledge needed to design, implement, and continuously improve customer experience (CX) strategies.
- \* It covers best practices for managing customer interactions, improving satisfaction, and fostering loyalty while aligning CX initiatives with business objectives.

- \* تُجهّز هذه الدورة المحترفين بالمهارات والمعرفة اللازمة لتصميم وتنفيذ وتحسين استراتيجيات تجربة العملاء (CX) بشكل مستمر.
- \* تغطي الدورة أفضل الممارسات لإدارة التفاعلات مع العملاء، وتحسين مستوى الرضا، وتعزيز الولاء، مع موازنة مبادرات تجربة العملاء مع أهداف الأعمال.

### Course Objectives



### أهداف الدورة

At the end of this course, the participants should be able to:

- \* Understand the principles and importance of customer experience in modern businesses.
- \* Design and implement a customer-centric culture and strategy within their organization.
- \* Effectively map and analyze customer journeys to identify opportunities for improvement.
- \* Develop personalized customer experiences that drive engagement, loyalty, and satisfaction.
- \* Measure and track key CX metrics to ensure continuous improvement.
- \* Handle customer complaints and manage recovery processes effectively.
- \* Innovate and adapt CX strategies in response to emerging trends and technologies.

- في نهاية الدورة التدريبية يجب أن يكون المشاركون قادرين على:
- \* فهم مبادئ وأهمية تجربة العملاء في الأعمال التجارية الحديثة.
- \* تصميم وتنفيذ ثقافة واستراتيجية تركز على العملاء داخل مؤسستهم.
- \* رسم وتحليل رحلات العملاء بشكل فعال لتحديد الفرص للتحسين.
- \* تطوير تجارب عملاء مخصصة تعزز التفاعل، الولاء، والرضا.
- \* قياس وتتبع مؤشرات تجربة العملاء الرئيسية لضمان التحسين المستمر.
- \* التعامل مع شكاوى العملاء وإدارة عمليات التعافي بشكل فعال.
- \* ابتكار وتكييف استراتيجيات تجربة العملاء استجابة للاتجاهات والتقنيات الناشئة.

### Target Audience



### الفئة المستهدفة

- \* Customer Experience Managers and Professionals
- \* Customer Service Managers
- \* Marketing and Sales Professionals
- \* Product Managers
- \* Human Resources and Training Professionals
- \* Entrepreneurs and Small Business Owners

- \* مدراء ومتخصصو تجربة العملاء.
- \* مدراء خدمة العملاء.
- \* متخصصو التسويق والمبيعات.
- \* مدراء المنتجات.
- \* متخصصو الموارد البشرية والتدريب.
- \* رواد الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة.





## Course Outline



## محتوى الدورة

### ► Introduction to Customer Experience (CX):

- \* Understanding the fundamentals of customer experience and its importance to business success.
- \* Defining the customer journey: key touchpoints and moments of truth.
- \* Differentiating between customer service and customer experience.
- \* Overview of CX frameworks, models, and methodologies.

### ► Designing a Customer-Centric Organization:

- \* How to build a customer-first culture within an organization.
- \* Leadership's role in shaping CX strategy and fostering collaboration across departments.
- \* Aligning organizational goals with customer needs and expectations.
- \* Techniques for empowering teams to deliver exceptional customer experiences.

### ► Mapping the Customer Journey:

- \* Techniques for creating customer journey maps.
- \* Identifying critical customer touchpoints and pain points.
- \* Leveraging data to understand and enhance the customer journey.
- \* Using customer feedback to improve the customer experience.

### ► CX Strategy and Innovation:

- \* Developing a customer experience strategy aligned with business objectives.
- \* The role of innovation in creating memorable customer experiences.
- \* Leveraging technology to enhance CX: automation, personalization, and AI.
- \* Building a continuous improvement process for CX management.

### ► Measuring and Monitoring Customer Experience:

- \* Key metrics for evaluating CX success (e.g., NPS, CSAT, CES).
- \* Collecting and analyzing customer feedback through surveys, social listening, and direct interactions.
- \* Creating actionable insights from data and customer feedback.
- \* Monitoring CX performance and driving changes based on findings.

### ► Creating Personalized Customer Experiences:

- \* Techniques for segmenting customers and delivering tailored experiences.
- \* The role of personalization in building customer loyalty.
- \* Using CRM tools and data analytics to create personalized communications and services.
- \* Case studies on successful personalized CX initiatives.

### ◀ مقدمة في تجربة العملاء: (CX)

- \* فهم أساسيات تجربة العملاء وأهميتها في نجاح الأعمال.
- \* تعريف رحلة العميل: النقاط الرئيسية واللحظات الحاسمة.
- \* التمييز بين خدمة العملاء وتجربة العملاء.
- \* نظرة عامة على الأطر والنماذج والمنهجيات الخاصة بتجربة العملاء.

### ◀ تصميم منظمة تركز على العميل:

- \* كيفية بناء ثقافة تركز على العميل داخل المنظمة.
- \* دور القيادة في تشكيل استراتيجية تجربة العملاء وتعزيز التعاون بين الأقسام.
- \* مواءمة أهداف المنظمة مع احتياجات وتوقعات العملاء.
- \* تقنيات تمكين الفرق لتقديم تجارب عملاء استثنائية.

### ◀ رسم رحلة العميل:

- \* تقنيات إنشاء خرائط رحلة العملاء.
- \* تحديد نقاط التفاعل الحاسمة ومواطن الألم لدى العملاء.

- \* استخدام البيانات لفهم وتعزيز رحلة العميل.

- \* استخدام ملاحظات العملاء لتحسين تجربة العميل.

### ◀ استراتيجية تجربة العملاء والابتكار:

- \* تطوير استراتيجية تجربة العملاء المتوافقة مع أهداف العمل.
- \* دور الابتكار في خلق تجارب عملاء لا تُنسى.
- \* الاستفادة من التكنولوجيا لتعزيز تجربة العملاء: الأتمتة، التخصيص، والذكاء الاصطناعي.
- \* بناء عملية تحسين مستمر لإدارة تجربة العملاء.

### ◀ قياس ومراقبة تجربة العملاء:

- \* المؤشرات الرئيسية لتقييم نجاح تجربة العملاء (مثل CSAT, NPS, CES).
- \* جمع وتحليل ملاحظات العملاء عبر الاستبيانات، الاستماع الاجتماعي، والتفاعلات المباشرة.
- \* إنشاء رؤية قابلة للتنفيذ من البيانات وملاحظات العملاء.
- \* مراقبة أداء تجربة العملاء ودفع التغييرات بناءً على النتائج.

### ◀ خلق تجارب عملاء مخصصة:

- \* تقنيات تقسيم العملاء وتقديم تجارب مخصصة.
- \* دور التخصيص في بناء ولاء العملاء.
- \* استخدام أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) وتحليلات البيانات لإنشاء اتصالات وخدمات مخصصة.
- \* دراسات حالة حول مبادرات تجربة العملاء المخصصة الناجحة.

### ◀ التعامل مع شكاوى العملاء والتعافي:





#### ► Handling Customer Complaints and Recovery:

- \* Best practices for managing customer complaints and turning negative experiences into positive ones.
- \* Techniques for effective customer recovery and conflict resolution.
- \* Understanding the psychology of customer dissatisfaction and how to address it.
- \* Developing a proactive approach to anticipating customer issues before they escalate.

#### ► The Future of Customer Experience:

- \* Emerging trends and technologies shaping the future of CX (e.g., AI, VR, voice assistants).
- \* The importance of omnichannel experiences and ensuring consistency across all platforms.
- \* Anticipating customer expectations and staying ahead of the competition.
- \* Building a sustainable CX strategy that adapts to evolving customer behaviors and needs.

- \* أفضل الممارسات لإدارة شكاوى العملاء وتحويل التجارب السلبية إلى تجارب إيجابية.
- \* تقنيات فعالة للتغاضي من الشكاوى وحل النزاعات.
- \* فهم سيكولوجية استياء العملاء وكيفية معالجتها.
- \* تطوير نهج استباقي للتنبؤ بمشاكل العملاء قبل تصاعدها.

#### ◀ مستقبل تجربة العملاء:

- \* الاتجاهات والتقنيات الناشئة التي تشكل مستقبل تجربة العملاء (مثل الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، المساعدات الصوتيين).
- \* أهمية التجارب عبر القنوات وضمان التناسق عبر جميع المنصات.
- \* التنبؤ بتوقعات العملاء والبقاء في الصدارة أمام المنافسة.
- \* بناء استراتيجية تجربة عملاء مستدامة تتكيف مع سلوكيات واحتياجات العملاء المتطورة.

## Target Competencies



- \* Customer Journey Mapping
- \* CX Strategy Development
- \* Customer-Centric Leadership
- \* Data-Driven Decision Making
- \* Personalization & Segmentation
- \* Complaint Management & Recovery
- \* CX Metrics & Performance Monitoring
- \* Innovation & Technology Integration

## الجدارات المستهدفة

- \* رسم خرائط رحلة العملاء.
- \* تطوير استراتيجية تجربة العملاء.
- \* القيادة التي تركز على العملاء.
- \* اتخاذ قرارات مدفوعة بالبيانات.
- \* التخصيص وتقسيم العملاء.
- \* إدارة الشكاوى والتغاضي.
- \* قياس تجربة العملاء ومراقبة الأداء.
- \* الابتكار ودمج التكنولوجيا.

## Course Methodology



This training course will be carried out through the use of best practices and the right combination of engaging and purposeful tools such as:

- \* Practical, relevant case studies
- \* Group activities and workshops
- \* Related role plays
- \* Experiential learning
- \* Brainstorming
- \* Stimulating mental activities
- \* Engaging team competitions
- \* Suitable training Videos
- \* Presentations
- \* Self-assessments
- \* Learning with Simulations and Games

## منهجية الدورة

سيتم تنفيذ هذه الدورة التدريبية من خلال استخدام أفضل الممارسات ومن خلال اختيار المناسب من الأدوات الهادفة والتفاعلية مثل:

- \* الحالات الدراسية والعملية ذات العلاقة
- \* ورش العمل وأنشطة جماعية
- \* تمثيل الأدوار ذات العلاقة
- \* التعلم التجريبي
- \* العصف الذهني
- \* أنشطة ذهنية محفزة
- \* مسابقات جماعية تفاعلية
- \* الأفلام التدريبية والمقاطع المصورة
- \* العرض التوضيحي
- \* تقييم الذات
- \* التعلم من خلال المحاكاة والألعاب





## Course Information



## معلومات الدورة

Date التاريخ	Location المكان	Language اللغة	Fees الرسوم
3-7/5/2026	Riyadh الرياض	Arabic عربي	7300 SR
26-30/7/2026	Virtual افتراضي	Arabic عربي	4900 SR
6-10/9/2026	Khobar الخبر	Arabic عربي	7300 SR
27-31/12/2026	Jeddah جدة	English إنجليزي	7300 SR

## Remarks



## ملاحظات

- \* Fees do not include value added tax
- \* Daily snacks & refreshments + lunch meal for in-person training

- \* الرسوم لا تشمل ضريبة القيمة المضافة
- \* وجبات خفيفة أثناء الاستراحات + وجبة غداء (يوميًا) للتدريب الحضوري

