

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.

- * تهدف هذه الدورة المحترفين بالمهارات والمعرفة اللازمة لتصميم وتنفيذ وتحسين استراتيجيات تجربة العملاء (CX) بشكل مستمر.
- * تطبي الدورة أفضل الممارسات لإدارة التفاعلات مع العملاء، وتحسين مستوى الرضا، وتعزيز الولاء، مع موامة 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 مؤسساتهم.
- * 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 وتنمية استراتيجيات تجربة العملاء استجابة للاتجاهات والتغيرات 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 العميل.
 - * تحديد نقاط التفاعل الحاسمة وموطن 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 تنسى.
 - * الاستفادة من التكنولوجيا لتعزيز تجربة العملاء: الأتمتة، التخصيص، والذكاء الاصطناعي.
 - * بناء عملية تحسين مستمر لإدارة تجربة العملاء.
- ◀ **قياس ومراقبة تجربة العملاء:**
 - * المؤشرات الرئيسية لتقدير نجاح تجربة العملاء مثل CES), CSAT, NPS.
 - * جمع وتحليل ملاحظات العملاء عبر الاستبيانات، الاستماع الاجتماعي، والتفاعلات المباشرة.
 - * إنشاء رؤى قابلة للتنفيذ من البيانات وملاحظات العملاء.
 - * مراقبة أداء تجربة العملاء ودفع التغييرات بناء 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 للتعافي من الشكاوى وحل النزاعات.
- * فهوم سيكولوجية استياء العملاء وكيفية معالجتها.
- * تطوير نهج استباقي للتنبؤ بمشاكل العملاء قبل تصاعدتها.

◀ **مستقبل تجربة العملاء:**

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

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 والتعافي.
- * 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 الهدفة والتفاعلية مثل:

- * الحالات الدراسية والعملية ذات العلاقة
- * ورش العمل وأنشطة جماعية
- * تمثيل الأدوار ذات العلاقة
- * التعلم التجاري
- * 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	المكان	اللغة	Fees
3-7/5/2026	الرياض	عربي	7300 SR
26-30/7/2026	افتراضي	عربي	4900 SR
6-10/9/2026	الخبر	عربي	7300 SR
27-31/12/2026	جدة	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 (يومياً) للتدريب
الحضورى