

#تجربة\_العميل



# النجاح في تجربة العميل



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

تتطلع المنظمات إلى تفعيل إدارة لتجربة العميل لأجل خلق منظومة عمل متركزة حول العميل (**Customer-Centric**) بهدف تقديم تجربة مميزة لعملائها، ولتحقيق لهذا الغرض تقوم بتنفيذ برنامج تطوير لتجربة العميل كي يتم تحويل ممارسات "خدمة العملاء" الحالية إلى مفاهيم أوسع وأكثر تطورًا تشمل كافة تجارب العملاء ورحلاتهم، كما يشمل تفعيل قدرات تجربة العميل الأساسية في المنظمة بتكامل دور الإدارات الداخلية على العمل لدعم تجربة العميل، كما يشمل رصد وتتبع مشاعر ومستويات رضا العملاء لتكون المنظمة قادرة على معرفة مواطن التحسين وتقديم القيمة الإضافية بهذا الخصوص، لذلك فإنه من المهم أن تقوم المنظمة بتحديد مجموعة من الأطر والمنهجيات الممارسة عالميًا وتصميم رحلات عملاء تتسم بالسهولة والشفافية وتحديد المبادرات الواجب تنفيذها والقيام بتنفيذها لتحقيق ما تطمح إليه في تحسين تجربة العميل.



Follow Me

[in](#) [tw](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

01

إعداد استراتيجية تجربة العميل والاتفاق على التطلعات والتوجهات المشتركة

02

الاتفاق على طريقة التفاعل بين إدارة تجربة العميل في المنظمة من جهة والإدارات الأخرى من جهة أخرى والعمل معاً لتحقيق استراتيجية تجربة العميل.

03

تأسيس فهم مشترك للعملاء واحتياجاتهم الأساسية وتطلعاتهم.

04

جمع آراء العملاء الأولية من خلال برنامج لصوت العميل للمساعدة في تحديد خط الأساس للداء الحالي ووضع إطار القياس المستمر له.

05

تصميم لوحات مؤشرات صوت العميل.

06

دعم تفعيل قدرات تجربة العميل في المنظمة.

يتم تصميم نطاق العمل لإدارة تجربة العميل لتحقيق الأهداف التالية:



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

## إن التطوير في تجربة العميل سوف يساعد المنظمة على تحسين سمعة المنظمة من خلال:

القدرة على التعامل  
مع الشكاوى بشكل  
ممنهج.

01



تصنيف العملاء  
وتحديد شخصياتهم  
واحتياجاتهم.

02



تعظيم الاستفادة من الرأس  
مال البشري وتحفيز المتوفر  
منه خصوصاً المواجهين للعملاء.

04



إطلاق خدمات جديدة  
وتوعية العملاء بها.

03



الاستخدام الأمثل  
للتقنية الحديثة.

05



التحسين في الخدمات  
وإجراءاتها وتشريعاتها.

06



Follow Me

[in](#) [tw](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد



التغيير واداء المهام  
بشكل مختلف ومتطور.

07

حوكمة التعامل  
ما بين إدارات بما يخص  
التواصل مع العملاء.

08

توحيد وتقليل الوقت  
المطلوب لتقديم الخدمات  
والتحكم بالتكاليف.

09

فهم العملاء بشكل  
مخصص (Personalized)  
بحسب شخصياتهم.

10

سماع صوت العميل  
لتطوير رحلة العملاء.

12

ربط الأعمال بمؤشرات  
قياس الاداء.

11



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

من أجل تحقيق المستهدفات يتم العمل على تأسيس وتفعيل دور إدارة تجربة العميل بهدف تقييم قدرات تجربة العميل الحالية بشكل دقيق والتعرف على مجالات التحسين ونقاط الضعف والتحديات الرئيسية التي تواجه هذه المسيرة وتطويرها، من المهم تحديد اللحظات الأكثر أهمية للعميل ونقاط الاتصال (**Touchpoints**)، مع تركيز التحليل استنادًا إلى مجموعة من المعايير لتحسين التجربة عبر جميع الخدمات والقنوات من خلال جمع المرئيات من العملاء من خلال الاستبيانات والمقابلات وآليات القياس الأخرى وعملية تصور رحلة العملاء المستقبلية وتعريف استراتيجية المنظمة وخطة عملها لتحقيق التحول المؤسسي من مفاهيم خدمة العملاء التي تركز على معالجة الشكاوى والطلبات الواردة بشكل ردة فعل (**Reactive**) إلى مفاهيم تتمركز حول العميل بشكل استباقي (**Proactive**).



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

يسبق ذلك تقييم ممارسات تجربة العميل الحالية في المنظمة باستخدام أطر عالمية لمعرفة وتقييم الوضع الحالي لتجربة العميل، تحديد فرص التحسين ومجالات التركيز الفورية عبر قنوات الخدمات ونقاط الاتصال بما يشمل مراكز الاتصال وخدمة العملاء وآلياتها الحالية، كما سوف يساهم هذا التقييم في تقديم خط الأساس لتطوير استراتيجية تجربة العميل المتوائمة مع استراتيجية المنظمة بشكل عام وتحديد الطموح والاتجاه المشترك على كيفية عمل المنظومة لتحقيق استراتيجية تجربة العميل من خلال فهم سلوك واحتياجات العميل بشكل أفضل وتطوير نموذج تشغيل وحوكمة لإدارة تجربة العميل يهدف للإشراف على الأنشطة المستقبلية فيما يتعلق **بتجربة العميل**.



Follow Me

[in](#) [tw](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

### يمكن تلخيص أنشطة تفعيل إدارة تجربة العميل في الخطوات التالية:

- دراسة جهود وإنجازات المنظمة الحالية المتعلقة بتجربة العميل.
- تقييم مستويات النضج في تجربة العميل (CX Maturity) في المنظمة بناءً على مؤشرات وأطر عمل عالمية متخصصة تشمل مجموعة من المعايير والمعايير التي تغطي القنوات (وسائل التواصل الاجتماعي، ومركز الاتصال، التطبيقات والمواقع الإلكترونية)، وبيانات العملاء وتحليلها، ومستوى ثقافة تجربة العميل، جمع مستويات الرضا وغيرها.
- إجراء مقارنة معيارية مع الجهات الرائدة في مجال تجربة العميل والمنافسة والمشابه لنطاق عمل المنظمة.
- تحديد الطموح الاستراتيجي لتجربة العميل في المنظمة.
- تصميم معمارية القنوات لتحديد طبيعة التواصل وطلب الخدمات في كل
- قناة من قنوات تقديم الخدمات في المنظمة بما يشمل تطلعات وتفضيلات العملاء بشأن القنوات المستخدمة لذلك.



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد



- تقييم وتصميم النموذج التشغيلي وهيكلية الحوكمة لإدارة التحول في تجربة العميل.
- إعداد الهيكل التنظيمي والوظيفي لإدارة تجربة العميل بما يشمل الهياكل المرئية للانتقال للوضع المستقبلي على مراحل بحسب مستويات النضج.
- تحديد الأدوار والمسؤوليات اللازمة لتشغيل الإدارة.
- الوصفات الوظيفية لموظفي إدارة تجربة العميل بما تتضمنها من المؤهلات والجدارات المطلوبة.
- النظر في احتياجات التدريب لدى إدارة تجربة العميل وإعداد خطة التدريب والتأهيل.
- تصميم سياسات وإجراءات إدارة تجربة العميل على مستوى الأقسام والوحدات التنظيمية.
- إعداد مؤشرات الاداء الرئيسية لإدارة تجربة العميل.
- وضع خارطة طريق تحول تجربة العميل والمبادرات الرئيسية لتنفيذها.
- تحديد المبادرات المستقبلية وتفصيل تنفيذها مع الإدارات المعنية لتحسين تجربة العميل.



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد

### ختاماً....

إن القيام بتلك الأنشطة بالاستعانة بالخبرات المتخصصة والكوادر البشرية الشغوفة بتحسين تجارب العملاء والقادرة على الإبداع والابتكار مع وجود الدعم من القيادة والتعاون من الجميع سوف يحقق النجاح المطلوب بشكل أفضل وأسرع في تحسين تجربة العميل وبناء سمعة جيدة للمنظمة.



Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد



## عبد العزيز العيصمي

خبير تجربة العميل وخدمة العملاء، قدم العديد من  
البحوث والدراسات.  
مؤلف كتاب «تجربة العميل» التخطيط  
الاستراتيجي ومؤشرات الأداء في خدمة العملاء.

Follow Me

[in](#) [t](#) @abdulazizosime

اسحب  
للمزيد



#تجربة\_العميل



شكراً  
للمش  
أهدية



احفظ  
المنشور

