

تبسيط مفاهيم تجربة العميل



أصل تجربة العميل: علم إداري حديث ناتج عن تطور التسويق وخدمة العملاء والجودة وأبحاث السوق، ينسجم مع التميز المؤسسي والتحول الرقمي وإدارة المشاريع والتخطيط الإستراتيجي وقياس الأداء والأثر.

تعريف تجربة العميل: هي إدارة التطلعات والعلاقة بين العميل والمنظمة لترك شعور وانطباع جيد يصل إلى مرحلة التسويق الشفوي والولاء.

مكونات تجربة العميل الرئيسية

05

أداء التجربة

هي مؤشرات مستوى النضج والتقدم في التحسين من مبتدئ ثم بناء ثم منفذ ثم قائد ثم متميز، ومدى التقدم في مؤشرات القياس للأثر.

04

ثقافة التجربة

هي سلوك العملاء الداخليين بالتعزيز المفاهيم ونشر المعرفة والتمكين والخارجيين بالرد والمعالجة بالتدخلات لزرع الثقة.

03

قياس التجربة

هو تفقد صوت العميل في كل نقطة اتصال في كل مرحلة من مراحل رحلة العميل بالادوات الكمية والمعنوية، لقياس المؤشرات مستوى الرضا والجهد والترويج والامتثال والاستدامة للعملاء.

02

تصميم التجربة

هي رسم رحلات العملاء من لحظة الاحتياج ثم الإكتشاف ثم الإعتبار مرور بالتقدم بطلب الخدمة وإلى مع بعد الحصول عليها.

01

إدارة التجربة

هي النماذج التقليدية والأنظمة التقنية والإجراءات الإدارية التي تستخدم في ضبط تدفق الأعمال أثناء خدمة العميل.

نطاق عمل تجربة العميل

الثقة

الوفاء بالوعد

المبادرة

التعاطف

التبسيط

فهم العملاء

مخرجات تجربة العميل

الجودة الشاملة

التميز التشغيلي

السمعة والولاء

العائد الاستثماري

ممكنات تجربة العميل

التمركز حول العميل

الابتكار والتفكير التصميمي

التقنيات والتحول الرقمي

البيانات

ركائز تجربة العميل

قنوات التواصل

الخدمات والمنتجات

شرائح وشخصيات العملاء

الاستماع

البيانات والأنظمة

القيادة والحوكمة



Follow Me
@abdulazizsime

#تجربة_العميل