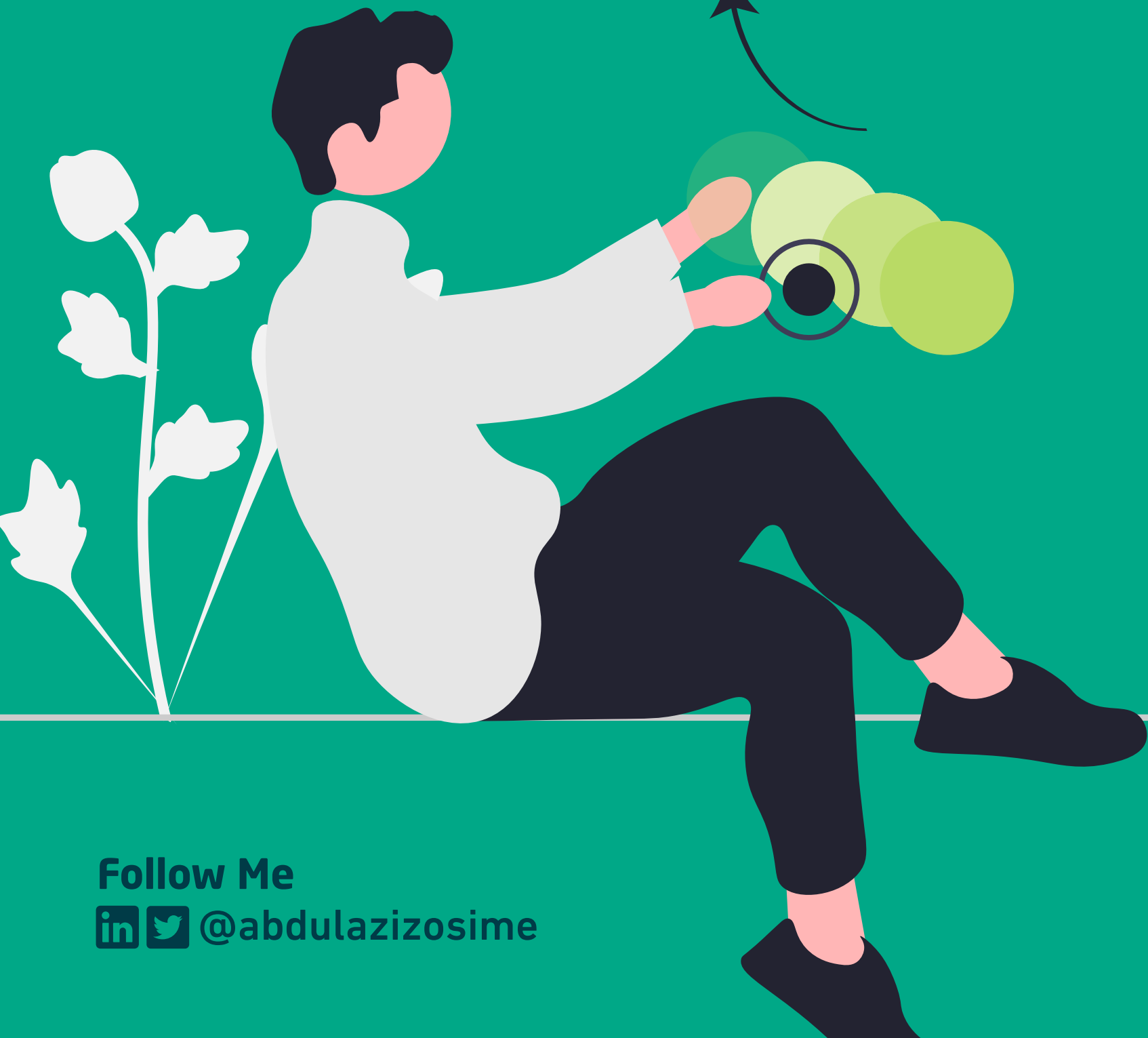


# تجربة العميل تقود النجاح

Success

Customer  
Experience  
Drives  
Success



Follow Me

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

يحتفل المهنيون في كل عام باليوم العالمي لتجربة العميل في  
الثلاثاء الأول من شهر أكتوبر والذي يصادف هذا العام الرابع من  
شهر أكتوبر وتحت شعار:

**(Customer Experience Drives Success)**

**تجربة العميل تقود النجاح**



Follow Me

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

## دعونا نعرف مفهوم تجربة العميل Customer Experience أولاً.

هي مجموع نتاج التفاعلات بين المنظمة والعميل، أي إنها تشكل تصورات العملاء عن المنظمة كنتيجة للمنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة عبر قنواتها المختلفة **(التقليدية والصوتية والتقنية)** وعلى مدار رحلة العميل من البداية إلى النهاية شاملة سلوكيات الموظفين والتي تعكس قيم المنظمة وتوجهاتها الاستراتيجية، وتغطي تجربة العميل مكونات ثلاث أساسية وهي المكون الوظيفي، والمكون الثقافي والمكون العاطفي.

**هناك عناصر داخل المنظمة تؤثر على تجربة العميل** مع المنظمة بشكل أو بآخر، ولذلك يجب أن يتم تصميم رحلات العميل من منطلق محورية العميل بحيث تكون احتياجات وتطلعات ومخاوف العميل من أهم المدخلات عند تصميم العناصر المؤسسية للمنظمة.

Follow Me

  @abdulazizosime





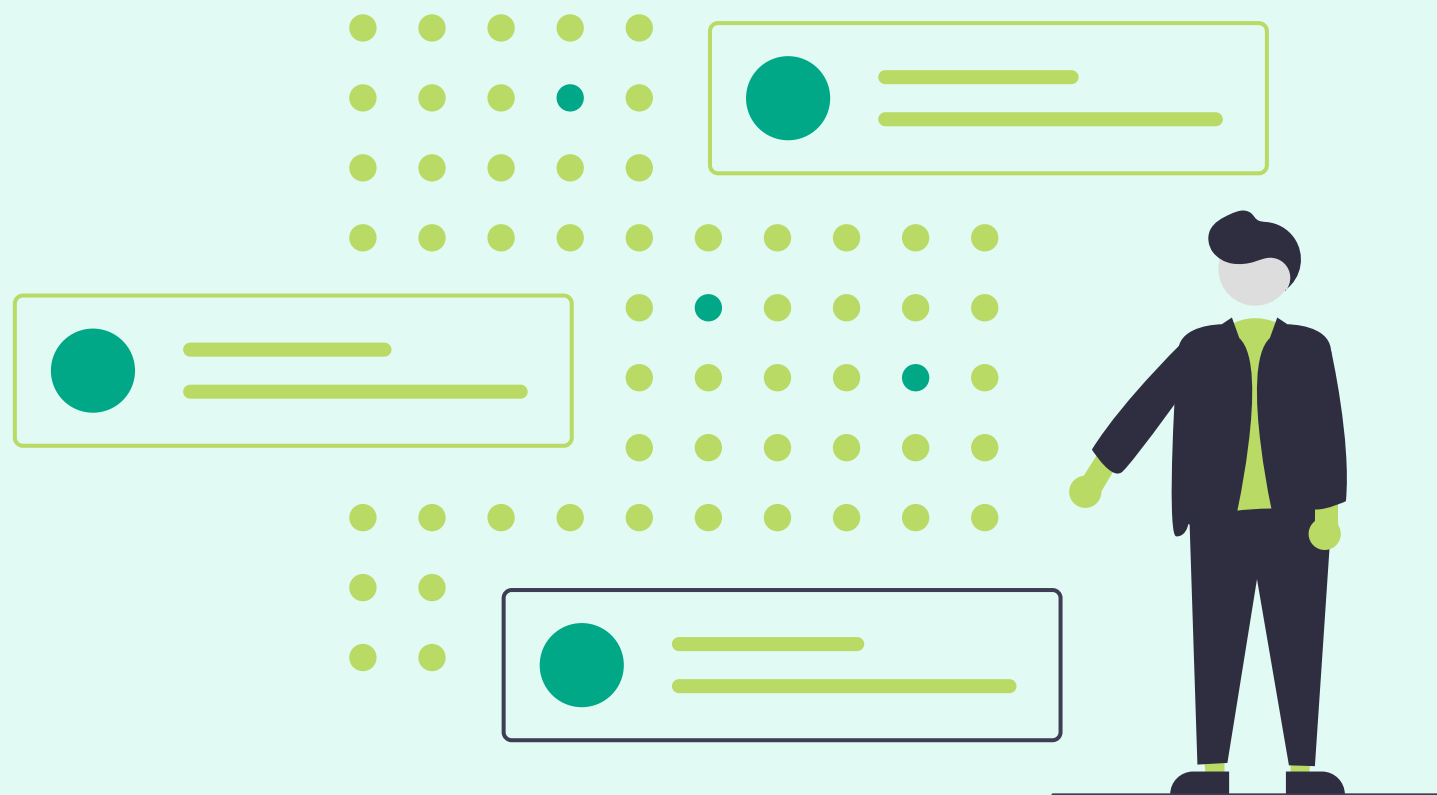
Follow Me

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



# 1. الاستراتيجية المؤسسية Organizational Strategy

هي التي تحدد التوجهات الاستراتيجية لأي مؤسسة من رؤية ورسالة وأهداف استراتيجية وقيم وأخيراً تطوير مجموعة من المبادرات الاستراتيجية لتحقيقها، في ظل حرص المملكة في رؤية 2030 على مواكبة التوجهات العالمية من الارتقاء بجودة الحياة وتحسين تجربة المواطنين، يأتي دور تجربة العميل في المنظمة من تقديم المدخلات اللازمة من احتياجات وتطلعات ومخاوف العميل وذلك من خلال تقارير دراسة صوت العميل حتى يتم تصميم الاستراتيجية المؤسسية بشكل متمحور حول العميل وليس فقط من منظور المنتجات والخدمات مسبقاً الإعداد.



Follow Me

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



وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في القياس والمتابعة المستمرة لصوت العميل من خلال تطبيق برنامج صوت العميل **VOC Program** على كافة قنوات تقديم الخدمات سواء التقليدية أو الصوتية أو الرقمية والتي تتواجد على مدار رحلة العميل وذلك ليشكل مدخلاً أساسياً في تحديد التوجهات الاستراتيجية للمنظمة.

## 2. الثقافة المؤسسية Organizational Culture

هي مجموعة القيم التي تحدد هوية وأنظمة وسلوكيات المنظمة عند التعامل مع عملائها، تكمن أهم مظاهر الثقافة المؤسسية في سلوكيات الموظفين في التعامل مع عملاء المنظمة، وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في تحديد القيم المرغوبة وغير المرغوبة لتنمية ثقافة مؤسسية صحية تتناسب مع مشاعر عملائها وتوقعاتهم عند الاستفادة من خدمات المنظمة.

كما تقوم أيضاً تجربة العميل في المنظمة بتحديد الاحتياجات التدريبية

Follow Me

  @abdulazizosime



لموظفي المنظمة للتأكد من قيامهم بمهامهم وفقاً لثقافة وقيم المنظمة المتمحورة حول العميل بحيث يتم التأكد من تغطية الجوانب الثقافية والعاطفية جنباً إلى جنب مع الجوانب الوظيفية التقليدية والتي يتم تغطيتها في محاور مؤسسية أخرى.



Follow Me

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

### 3. التميز التشغيلي Operational Excellence

هو مجموعة المبادئ والأدوات **التي تضمن عمل المنظمة بكفاءة تشغيلية عالية** خاصة من خلال تحسين إجراءات وسياسات العمل داخل المنظمة، يكمن التحدي هنا في أن نتائج التميز التشغيلي لا تصب بالضرورة في تحسين تجربة العميل لتعارض محتمل بين إجراءات وسياسات العمل من جانب، ورحلة العميل التي تضمن تحسن رضا العملاء من جانب آخر.

وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في رسم ونمذجة وتحسين رحلات العملاء **Customer Journey Mapping** بناءً على نتائج تحليل صوت العميل **(VOC) Voice of the Customer**، ومن ثم الخروج بتوصيات لمساعدة إدارة التميز التشغيلي في إعادة هندسة الإجراءات وصياغة السياسات بالشكل الذي يتواءم مع رحلة العميل والتي

Follow Me

  @abdulazizosime





تغطي احتياجاته وتطلعاته ومخاوفه، ويمكن هذا من خلال استخدام  
أداة مخطط الخدمة **Service Blueprint** والتي تضمن موائمة رحلة  
العميل وإجراءات وسياسات العمل.



Follow Me

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



## 4. المنتجات والخدمات Products & Services

هي مجموعة العروض التي تقدمها المنظمة لتمكن العملاء من معالجة طلباتهم، ولكن في كثير من الأحيان يكون تصميم هذه المنتجات والخدمات نابع من منظور مؤسسي ولا يأخذ بعين الاعتبار الاحتياجات الحقيقية للعملاء والطريقة المناسبة لهم للحصول على المنتج أو الخدمة والاستفادة الحقيقية منه.

وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في القيام بدراسة شخصيات واحتياجات العملاء وعقد ورش عمل تشاركية لإعادة تصميم المنتجات والخدمات **Product & Service Design** بالشكل الذي يتناسب واحتياجات العملاء وبما يتوافر لديها من خبرات في مجال تصميم الخدمات.



Follow Me

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



## 5. التحول الرقمي Digital Transformation

هو التغيير في استخدام التكنولوجيا والأفراد والعمليات لتحسين أداء الأعمال، وعادة ما يتم تحفيزه بالفرص الجديدة أو تدفقات الإيرادات أو التغييرات في توقعات العملاء، يتضح من ذلك أن التحول الرقمي يعد من أهم الممكنات للوصول إلى تجربة عميل سلسة من خلال أتمتة المراحل الممكنة من رحلة العميل بالتركيز على تجربة المستخدم User Experience عند تصميم واجهات التطبيقات والأنظمة التقنية.

وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في القيام بدراسة شخصيات واحتياجات العملاء، ثم رسم ونمذجة وتحسين رحلات العملاء **Customer Journey Mapping** بناءً على نتائج تحليل صوت العميل **Voice of the Customer (VOC)**، ومن ثم الخروج بتوصيات لمساعدة لإدارة تقنية المعلومات والتحول الرقمي في تحديد نقاط الاتصال التي بحاجة إلى الأتمتة على مدار رحلة العميل، واسقاط مفاهيم تجربة المستخدم أثناء تطوير التطبيقات والأنظمة التقنية.

Follow Me

  @abdulazizosime



## 6. الهوية المؤسسية Organizational Identity

لا تقتصر فقط على المفهوم التقليدي كالعلامة التجارية للمؤسسة، ولكن تمتد لتشمل كافة الجوانب المرئية من تصاميم لمقر العمل، وشكل المنتجات والخدمات بل وأيضاً وسائل ورسائل التواصل الداخلي والخارجي، ويجب أن تتواءم الهوية المؤسسية مع القيم وتوجهات تجربة العميل، بحيث تعكس كافة الرسائل التي يراد إيصالها لعملاء المنظمة والمستفيدين من خدماتها من خلال تصاميم مقر العمل والموقع الإلكتروني والرسائل التسويقية لخدمات المنظمة وغيرها.

وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في العمل جنباً إلى جنب مع إدارة التواصل المؤسسي في تحديد القيم والرسائل الهامة وبيان كيفية عكسها على عناصر الهوية المؤسسية المختلفة لتعكس ثقافة تجربة العميل وتقوم بدور تسويقي في نقل الرسائل الإيجابية عن التطوير في تجربة العميل بصفة عامة داخل المنظمة وعبر قنواتها وخدماتها.

Follow Me

  @abdulazizosime



## 7. خدمة العملاء Customer Service

هي المساعدة التي تقدمها المنظمة لعملائها قبل أو أثناء بعد أو بعد شراء أو استخدام المنتجات أو الخدمات، وتعمل خدمة العملاء بمبدأ رد الفعل **Reactive**، بحيث تبدأ عملية التواصل من جانب العميل في شكل استفسار أو شكوى، ويتم الإجابة على الاستفسارات أو حل الشكاوى من خلال مجموعة من العمليات المنظمة والمحددة مسبقاً. وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في تحسين خدمة العملاء من خلال إعادة تصميم أو تحسين تجربة رد الفعل **Reactive Experience** بحيث يتم توفير أدلة للخدمات وحوكمة الاستفسارات، أو القيام بدور أكثر إيجابية **Proactive Experience** عن طريق استباق استفسارات وشكاوى العملاء بدراساتهم ومعالجة احتياجاتهم وتحدياتهم قبل التقدم بها من قبل العميل.

Follow Me

  @abdulazizosime



## 8. الابتكار المؤسسي Corporate Innovation

هو التعزيز المتعمد للتفكير خارج الصندوق داخل بيئة المنظمة. لتحقيق ذلك، أنشأت العديد من المؤسسات معاملاً للابتكار في أماكن العمل المشتركة أو غيرها من المساحات المكتبية المشتركة وذلك لتحفيز التعاون بين **الإدارات/الخبرات** المختلفة للوصول لأفكار إبداعية ينتج عنها منتجات أو خدمات أو إجراءات جديدة تصب في مصلحة تحسين تجربة العميل، ولا يمكن تصور الابتكار دون دراسة العملاء والتعرف على احتياجاتهم وتحدياتهم، ولهذا تعد الاستبيانات ومجموعات التركيز مع العملاء من أهم الوسائل للحصول على تلك المعلومات.

وهنا تلعب تجربة العميل في المنظمة دوراً أساسياً في العمل جنباً إلى جنب مع الإدارة العامة للابتكار في دراسة شخصيات واحتياجات العملاء، ثم وعقد ورش عمل تشاركية داخل معمل الابتكار والذي يحتوي على منهجيات وأدوات تساعد في تحليل وتوليد الأفكار ومن ثم إنتاج أفكار إبداعية للابتكار منتجات أو خدمات أو إجراءات تحسن من تجربة العميل.

Follow Me

  @abdulazizosime



ولذلك كله يجب ارتباط تجربة العميل بأعلى سلطة في المنظمة ومنحها الدعم الكامل وتمكينها من القيام بالأدوار والمهام الأساسية وهي:



كي تتمكن من التمركز حول العميل 360 درجة من خلال عملها المحوري مع كافة القطاعات والعناصر المؤسسية للمنظمة كي تقود النجاح.

Follow Me

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





**Follow Me**

  **@abdulazizosime**