

رحمة

أهمية

رحلة العميل Customer Journey

هي وصف لنقاط الاتصال والتلامس المختلفة بين العميل والمنظمة
”**العلامة التجارية**“ للحصول على أحد الخدمات أوالمنتجات من الإدراك الأول
إلى لحظة قرار طلب الخدمة وخطوات الحصول على الخدمة إلى ما بعد
الخدمة وإعادة الطلب.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

تصميم رحلة العميل

هو تمثيل مرئي لرحلة العميل للخدمة أو المنتج عادةً ما تنقسم إلى ثلاث مراحل رئيسية: **قبل الخدمة**، **أثناء الخدمة**، **بعد الخدمة**، تتضمن هذه التصنيفات مجموعة من الإجراءات التي يقوم بها العميل للانتقال من مرحلة لآخرى ومن تصنيف إلى آخر، حسب طبيعة الخدمة أو المنتج التي يمر بها العميل.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

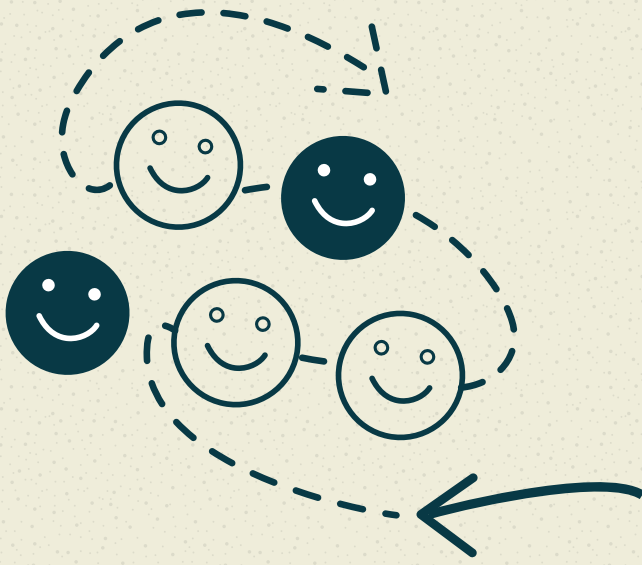
يعد القيام بتصميم **رحلة العميل** أول خطوات إعادة توجيه الموارد نحو ابتكار تجربة العميل المميزة، حيث يتم استخدام رحلة العميل كنقطة مرجعية عند اتخاذ قرارات تحسين تجربة العميل، وما يسبقها من مراحل القياس بواسطة عدد من الأدوات كالعميل السري والمقابلات وإجراء الإستطلاعات.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد



رحلة العميل الشاملة

هي الرحلة التي قد يمر بها العميل في أكثر من منظمة على سبيل المثال رحلة السائح الذي يمر بمرحلة شراء تذاكر السفر مرور بالمطار والطائرة ويليها مرحلة حجز مكان الإقامة و النزول في الفندق وغيرها وكذلك المرشد السياحي وزيارة المعالم السياحية، وقد يسبقها مراجعة سفارة الدولة لإستخراج تأشيرة الزيارة وغيرها من المراحل أثناء زيارته للدولة والتي نحتاج في كل مرحلة إلى تصميم الرحلة المصغرة لفهم الإجراءات التفصيلية داخلها لغرض تحسينها.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

يمر العميل بعدد من المراحل خلال تعامله مع المنظمة عادة عبر عدد من المراحل وهي:



الوعي (Awareness):

بدء العميل في إدراك وجود حاجة أو مشكلة يحتاج إلى حلها.

01

02

الاعتبار (Consideration):

التفكير في الخيارات المتاحة له والمقارنة بين المنتجات المختلفة.



طلب الخدمة (Purchase):

أخذ القرار النهائي للحصول على المنتجات من المنظمة المرشحة.

03

04

الخدمة ما بعد الحصول على الخدمة (After Service):

مستوى الدعم الذي يحصل عليه العميل بعد الانتهاء من عملية الخدمة الأساسية مثل التجديد أو بدل فاقد والصيانة أو غيره.



الولاء (Loyalty):

تحول العميل ليصبح مخلصًا للعلامة التجارية، مع التوصية بها للأهل والأصدقاء.

05



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

خطوات تصميم رحلة العميل تمر بعدد من الخطوات وهي:

03

مقابلات العملاء

اشراك مجموعة من العملاء في عدد من الاجتماعات لفهم الخصائص والاحتياجات لدراسة نقاط الألم والسعادة والاحتياجات المختلفة.

02

اكتشاف العملاء

من أجل فهم التحديات يجب اجراء عدد من المقابلات مع الموظفين في المنظمة بهدف تحديد أنواع شرائح العملاء وشخصياتهم والتحديات التي يواجهونها عند استخدام الخدمات والمنتجات.

01

مراجعة الوثائق والبيانات الحالية

لفهم وتقييم الوثائق والبيانات المتوفرة من أجل اكتساب فهم عميق للخدمات الرئيسية وتحليل مدى نضج الرحلات الحالية ان وجدت.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

06

اقتراح الأفكار

خلال ورش عمل التفكير التصميمي سيتم جمع الأفكار والتوصيات والطول من وجهة نظر فنية وتقنية وسيتم تصميم أو إعادة تصميم رحلات العملاء المستهدفة.

05

تنفيذ ورش عمل التفكير التصميمي

عقد ورش لمجموعات التركيز Focused Group مع مجموعة من أصحاب المصلحة الداخليين وذلك لدراسة الاحتياجات وكيفية تحسين تجربة العملاء من خلال رحلاتهم الحالية واقتراح حلول عملية وتقنية لمعالجة التحديات ونقاط الألم باستخدام التفكير التصميمي Design Thinking.

04

ترتيب أولويات الخدمات

وفق تحليل للأثر والدور للخدمات يتم ترتيبها حسب الأولوية والاهمية لتحصل على مزيد من الرعاية في القياس والتحسين.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

08

التحسينات الأخيرة:

يتم وضع اللمسات الأخيرة على رحلات العملاء الجديدة تمهيداً لإطلاقها.

07

الاختبار والتكرار

القيام باستخدام النماذج الأولية والتجريبية لتجربة العملاء لتقييم ما إذا كانت الحلول المقترحة تحل نقاط الألم المحددة ونختبر الأفكار ومدى قابلية استخدامها لأجل اعتمادها.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

تشمل رحلة العميل عدد من الجوانب وهي :



خط الاساس
للشعور والطموح
والإيجاب



وصف مراحل رحلة
العملاء



شرائح العملاء



الأفكار الإيجابية
المقترحة للتحسين



التقنيات الرقمية
المستخدمة في
رحلة العميل



نقاط الإتماس
والتفاعل لكل رحلة
عميل



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

يمكن تمثيل رحلة العميل عبر عدد من النماذج ومنها:

توجه السائح الى المناطق السياحية المرغوبة
واستمتاعه بها



رحلة السائح للمملكة

دخول السائح للموقع
وتحديد الوجهة وحجز
تذكرة الطيران



وصول السائح للمطار
وسهولة حصوله على وسيلة
التنقل

لحظة وصول السائح للفندق وحصوله على بروشور تعريفى
للمناطق الثقافية والتراثية والترفيهية في المملكة



Follow Me

@abdulazizosime

اسحب
للمزيد

تشمل رحلة العميل عدد من الجوانب وهي :

قبل Befor

خلال During

بعد After

المراحل
Phases

الخطوات
Steps

نقاط التواصل
Touchpoints

مستوى التجربة
Experience Level

التحديات
Challenges

أفكار/فرص التحسين
Opportunities



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

خريطة رحلة العميل

المراحل	الوعي	الإعتبار	القرار	تقديم الخدمة	ما بعد التجربة
نقاط التواصل					
توقعات العميل					
نشاط العميل					
نشاط المنظمة					
تتبع نقاط التواصل					
تجربة العميل					



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

خريطة رحلة العميل

المراحل	الوعي/الاكتشاف	النظر/البحث	القرار/الشراء	ما بعد التجربة
نقاط التواصل				
تجربة المستخدم				
الإجراءات				
الدوافع				
الأسئلة				
نقاط الألم				
الرضا العام				
تجربة العميل				
التوصيات				
أفكار التحسين				



Follow Me

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

اسحب
للمزيد

ختاماً....

يمكن القول أن تصميم رحلة العميل يختلف عن توثيق الإجراءات حيث أن توثيق الإجراءات يكون من منظور المنظمة ومن الداخل إلى الخارجي، أما رحلة العميل فهو بمنظور العميل أي من الخارج إلى الداخل، وهذا ما سوف يساعد على فهم أوسع لشرائح وشخصيات العملاء، وكذلك القدرة على بناء استطلاعات وفق منهجية واضحة وشاملة يمكن من خلالها إتقاط صوت العميل وإدراك لكافة احتياجات العملاء وصولاً إلى الابتكار في تحسين تجربة العميل.



Follow Me

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

اسحب
للمزيد



عبدالعزيز 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
اهدة



احفظ
المنشور ↓