

تجربة العميل

Customer Experience





«لا تترك عملائك يتساءلون، دعنا نبني لهم تجربة لا تُنسى»



مقدمة:

لم يعد كافياً تقديم منتج أو خدمة جيدة فحسب، بل إن تجربة العميل الشاملة من اللحظة الأولى التي يكتشف فيها علامتك التجارية وتمتد عبر كل نقاط الاتصال وحتى ما بعد الشراء، هي التي ترسم مسار نجاحك وتميزك عن الآخرين في هذا سوق شديد المنافسة، ولذا فإن تحسين تجربة العميل (CX) أحد أهم الأولويات للمنظمات التي تسعى لتحقيق ميزة تنافسية، وعندما تكون تجربة العميل إيجابية، فإنها تساهم في بناء علاقة قوية ومستدامة مع العملاء، مما يعزز من سمعة المنظمة ويقلل من معدل فقدان العملاء.



إحصائيات وتجارب عالمية:





86% من العملاء مستعدون لدفع المزيد مقابل تجربة عملاء أفضل.





73% مـن العـملاء يعتبـرون تجربـة العـملاء عـاملاً هامًـا فـي قــرارات الشــراء.





الشـركات التي تركـز على تجربـة العميـل لديهـا معـدلات احتفـاظ بالعـملاء أعلى بنسـبة :



كلمات لرواد وقيادات:



إذا جعلت العـملاء غيـر سـعداء في العالـم المـادي، قـد يشـتكون لـكل 6 أصدقـاء. إذا جعلتهـم غيـر سـعداء على الإنترنـت، فقـد يشـتكون لـ 6000 صديـق.

جيف بيزوس، مؤسس أمازون.



مفتاح النجاح في الأعمال هو فهم احتياجات عملائك وتجاوز توقعاتهم.

بىل غىتىس، مۇسىس مايكروسوفت.



ابدأ بالعميل واعمل بشكل عكسي. لا تبدأ بالتكنولوجيا ثم حاول معرفة أين يمكنك بيعها.

ستيف جوبز، مؤسس آبل.



ماهو منتج تجربة العميل؟



هو منتج متكامل يهدف إلى الارتقاء بتجربة العميل مع المنظمة، من خلال تحسين الأنظمة والعمليات وبيئة تقديم الخدمة، وتطوير مهارات العاملين، وتصميم رحلة عميل سلسة وممتعة. يوظف المنتج مجموعة من الأدوات والموارد، بما في ذلك

≯تقارىر ومقاسس.

✔أدلة وبرامج ودورات تدريبية.

≯دعم الممارسات.

أهداف المنتج:



- 1 تعزيز مكانة المنظمة واكتساب ميزة تنافسية: بناء سمعة قوية وصورة ذهنية إيجابية من خلال تقديم تجربة عملاء استثنائية.
 - تحسین العملیات: رفع كفاءة العملیات وجعلها أكثر تركیزًا على رحلة العمیل.
 - مركزية العميل: جعل العميل محورًا أساسيًا في تصميم وتنفيذ الخدمات.
 - ناهيل العاملين لتقديم خدمة عملاء متميزة.
 - **5** تطبيق أفضل الممارسات: الاستفادة من الخبرات العالمية لتحقيق أفضل النتائج.



لمن هذا المنتج؟



المنتج مخصص للمنظمات التي تسعى لتحقيق التميز في علاقتها مع العملاء، وتطوير رحلة العميل لضمان تجربة إيجابية ومستدامة. سواء كانت المنظمة في القطاع الحكومي، الربحى، أو غير الربحى، فإن هذا المنتج يعد مثاليًا لتحسين تفاعل العملاء وتعزيز ولائهم.

أثر المنتج:

الأفراد

واعون بالتكامل داخل رحلة العميل، متعاونون، متميزون في تقديم تجربة لا تنسى للعميل.

المنشآت

سمعة إيجابية، وتسلسل في العمليات وجودة في العلاقة مع العملاء.



الخدمات الفرعية:



أداة لتقييم مستوى تجربة العميل الحالية وتحليل نقاط الاتصال وتحديد مناطق الألم ونقاط التحسين.



برامج التميز في خدمة العملاء: دورات تدريبية للعاملين على مستويين (الأساسي والإشرافي.

تصميم رحلة العميل المتميزة:

بناء رحلة عميل مثالية تلبي احتياجات وتوقعات العملاء.





إصدار دليل تجربة العميل:

وثيقة ترشد العاملين إلى كيفية تقديم تجربة عميل متميزة، تتضمـن الممارسـات المطلوبـة، والسياسـات وآليـة التعامـل مـع التحديـات.



رحلة المنتج:

دراسة التجربة

الحالية:

قیاس رأی

العملاء وتحليل

السياسات

والعمليات

الحالية.

تنفيذ إجراءات التطوير:

- » تحليل أفضل المماريسات.
- » تدریب العاملین على التميز في خدمة
- » تحسين العمليات وتعديل السياسات.
- » وضع دلیل تجربة العميل.

0 0 • 0 0



رسم رحلة العميل وخطة التطوير:

عميل مثالية ووضع خطة

0 0 0 0



إصدار التقرير الختامي:

تقديم تقرير ىشامل عن المشروع ونتائجه.

تقويم نجاح

التجربة:

قياس نتائج

تقييم رأى العملاء.

0 • 0 0 0

التحسينات من خلال



العملاء.

تصميم رحلة لتحسين التجربة.

0 0 0 • 0



عملاء نفخر بهم:











«تجربة عميل متميزة، سر نجاحك المستدام»





