JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس

أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس دورة تدريبية مدتها أسبوع لمسؤولي تجربة العملاء ومديري الخدمة وموظفي التسويق الجدد في هذا المجال، يخرج منها كل مشارك بخريطة نقاط التماس وسجل التحسينات السريعة لعملية واحدة. تعين مؤسسات كثيرة اليوم أدوارا لتجربة العملاء قبل أن يمتلك موظفوها لغة مشتركة وطريقة موحدة لرؤية الخدمة بعين العميل. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس.

لماذا تهم أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس الآن

قوتان تشكلان هذا الموضوع اليوم: عملاء يقارنون كل تعامل بأسهل خدمة رقمية يستخدمونها، ومؤسسات تستحدث أدوارا لتجربة العملاء دون منهج بداية مشترك. الفرق التي ترسم نقاط التماس وتبني شخصيات مبسطة وتستمع بانتظام تجد إصلاحات منخفضة التكلفة بسرعة وتكسب الدعم لتغيير أكبر، أما التي تتجاوز الأساسيات فتطلق مبادرات لا يمكن قياسها. تستند الدورة إلى رسم نقاط التماس ورحلة العميل، وبناء الشخصيات، ومؤشر رضا العملاء CSAT، وصافي نقاط الترويج NPS، ومؤشر جهد العميل CES، وإرشادات ISO 10002 لمعالجة الشكاوى بوصفها مصدرا مبكرا للاستماع.

المستفيدون من أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس

- مسؤولو تجربة العملاء الذين يبدؤون تنسيق أنشطتها بين الإدارات
- مديرو الخدمة الذين يملكون عملية تخدم العملاء ويريدون رؤيتها من الخارج
- موظفو التسويق الذين يصوغون وعود العملاء ورسائل التواصل معهم
- مشرفو مراكز الاتصال الذين يسمعون نقاط الألم من العملاء يوميا
- محللو العمليات الذين يدعمون مشاريع تحسين الخدمة

تجني الإدارات الفائدة الكبرى حين ترسل مدير خدمة مع زميل من التسويق، إذ يرسم الشخص نفسه الوعد الذي يسمعه العميل والعملية التي يعيشها.

قدرات أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس

يتدرب المشاركون على رؤية عملية مألوفة كما يعيشها العميل، ثم اختيار تغييرات صغيرة ظاهرة تثبت قيمة العمل على تجربة العملاء.

- بناء جرد نقاط التماس لعملية عميل واحدة عبر القنوات — ملاك العمليات
- تصميم شخصيات مبسطة من أدلة العملاء المتاحة — فرق التسويق والخدمة
- تطبيق أساليب استماع أساسية مثل الاستبيانات القصيرة ومراجعة الشكاوى — منسقو تجربة العملاء
- حساب CSAT وNPS وCES على مستوى تمهيدي — المديرون المباشرون
- تقييم نقاط الألم حسب التكرار والأثر على العميل — رعاة التحسين
- تحديد سجل تحسينات سريعة بملاك ومقاييس نجاح بسيطة — رؤساء الإدارات

مصطلحات أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس الأساسية

- تجربة العملاء — مجموع تصورات العميل ومشاعره الناتجة عن كل تعامل مع المؤسسة.
- نقطة التماس — أي لحظة يتعامل فيها العميل مع المؤسسة، مثل الموقع أو المكالمة أو الخطاب أو الفاتورة أو زيارة الفرع.
- الشخصية — ملف قصير لفئة نموذجية من العملاء يصف أهدافها واحتياجاتها وإحباطاتها، مبني على أدلة حقيقية.
- نقطة الألم — خطوة يواجه فيها العميل احتكاكا أو تأخيرا أو التباسا أو إحباطا.
- التحسين السريع — تحسين منخفض التكلفة والمخاطر ينفذ خلال أسابيع ويفيد العملاء بوضوح.
- سجل التحسينات — قائمة مرتبة بالتغييرات المقترحة مع ملاكها وتقدير الجهد والفائدة المتوقعة للعميل.

أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس يوما بيوم

اليوم 1: معنى تجربة العملاء

- تجربة العملاء وخدمة العملاء والرضا — توضيح الفروق
- توقعات العملاء — السرعة والبساطة والاتساق
- اللحظات الحاسمة — لماذا تصنع بعض نقاط التماس الولاء
- أدوار تجربة العملاء في المؤسسات — المسؤولون والسفراء والرعاة
- أمثلة قطاعية — تفعيل خدمات الاتصالات ونوافذ الخدمات البلدية

اليوم 2: الشخصيات ونقاط التماس

- مصادر أدلة العملاء — السجلات والشكاوى وقصص الخط الأمامي
- بناء الشخصيات — الأهداف والاحتياجات والإحباطات
- جرد نقاط التماس — القنوات والمستندات والأشخاص
- طريقة جلسة رسم نقاط التماس — الملاحظات اللاصقة والقوالب
- رصد نقاط الألم — التأخير والتكرار والقواعد المربكة

اليوم 3: الاستماع إلى العملاء

- الاستبيانات القصيرة — تصميم الأسئلة للمبتدئين
- مراجعة الشكاوى وفق ISO 10002 — مصدر استماع مبكر
- اجتماعات ملاحظات الخط الأمامي — التقاط ما يسمعه الموظفون
- مقابلات العملاء البسيطة — السؤال عن السبب دون توجيه
- محاور الملاحظات — تجميع التعليقات في أنماط

اليوم 4: قياس تجربة العملاء وترتيب أولوياتها

- أساسيات CSAT وNPS وCES — ما يكشفه كل رقم
- المؤشرات التشغيلية — وقت الانتظار وتكرار الاتصال والأخطاء
- مصفوفة الأثر والجهد — اختيار نقطة البداية
- اختيار التحسينات السريعة — تكلفة منخفضة وفائدة ظاهرة
- كسب دعم أصحاب المصلحة — عرض الأدلة على المديرين

اليوم 5: تطبيق خريطة نقاط التماس وسجل التحسينات السريعة

- استكمال الشخصية — تطبيق أدلة اليوم 2
- مسودة خريطة نقاط التماس — تصوير جرد اليوم 2
- أدلة نقاط الألم — إرفاق محاور ملاحظات اليوم 3
- ترتيب الإصلاحات — تطبيق مصفوفة الأثر والجهد من اليوم 4
- خريطة نقاط التماس وسجل التحسينات السريعة — الملاك والمقاييس والجداول الزمنية

تطبيق أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس بعد الدورة

- رسم نقاط التماس لعملية عميل واحدة مع زملاء الخط الأمامي، وتحديد أكثر ثلاث خطوات إيلاما مع أدلتها.
- تنفيذ تحسين سريع واحد من السجل خلال أربعة أسابيع، وعرض ملاحظات العملاء قبله وبعده على رئيس الإدارة.

أسئلة حول أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس

ما المقصود بأساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس، ولماذا تهم الآن؟

هي الأفكار والأساليب الأساسية لرؤية الخدمة بعين العميل، بدءا برسم كل نقطة تماس في العملية. وتهم الآن لأن مؤسسات كثيرة تستحدث أدوارا لتجربة العملاء قبل أن يتشارك موظفوها طريقة عمل واحدة.

ما الأدوار الأكثر استفادة من دورة أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس؟

يستفيد مسؤولو تجربة العملاء ومديرو الخدمة وموظفو التسويق الجدد في المجال أكثر من غيرهم. ويستفيد كذلك مشرفو مراكز الاتصال ومحللو العمليات، لأنهم يملكون أدلة الخط الأمامي التي تحتاجها الخرائط والشخصيات.

بماذا تختلف دورة أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس عن دورة متقدمة في تحليلات رحلة العميل؟

هي دورة تأسيسية تركز على الرسم والشخصيات والاستماع الأساسي والتحسينات السريعة. أما الدورة المتقدمة فتتعمق في التحليلات وأولويات الاستثمار والحوكمة عبر رحلات متعددة.

ماذا تعود به من دورة أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس؟

تعود بخريطة نقاط التماس لعملية عميل واحدة. ترافقها شخصية وأدلة نقاط الألم ومقاييس تمهيدية وسجل تحسينات سريعة بملاكها وجداولها الزمنية.

أساسيات تجربة العملاء ورسم نقاط التماس: الطريق إلى الأمام

تحدد خريطة نقاط التماس وسجل التحسينات السريعة أولا نقطة الألم التي تعالجها الإدارة في الشهر التالي. يستخدمها مسؤولو تجربة العملاء ومديرو الخدمة وزملاء التسويق للاتفاق على الملاك وإظهار النتائج المبكرة. وبعد الإصلاحات الأولى تحسن مراجعة الشخصية وقائمة نقاط التماس، لأن ملاحظات العملاء وقصص موظفي الخط الأمامي تكشف غالبا خطوات واحتياجات فاتت الخريطة الأولى.