JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار

استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار دورة تدريبية مدتها أسبوعين لرؤساء استراتيجية تجربة العملاء ومديري التجربة وقادة التحول، يخرج منها كل مشارك بخارطة استراتيجية تجربة العملاء الممولة لمؤسسته. تطلب مجالس الإدارة اليوم من قادة التجربة أن يبينوا أي المبادرات تستحق ميزانيتها، لا أي الدرجات تحسنت فقط. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار لكبار ملاك التجربة.

لماذا تهم استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار الآن

ثلاث قوى تشكل هذا الملف اليوم: لجان مالية تقارن الإنفاق على التجربة بكل طلب رأسمالي آخر، ومكاتب تحول تجمع التغيير الرقمي والإجرائي والبشري في محفظة واحدة، وعملاء ترتفع توقعاتهم أسرع من الميزانيات. المؤسسات التي تتعامل مع التجربة بوصفها محفظة استثمار تمول المبادرات القليلة التي تحرك الاحتفاظ والتكلفة، أما التي تمول مشروعات متفرقة فتنتهي بتجارب مبعثرة وإرهاق. تستند الدورة إلى مؤشر صافي الترويج Net Promoter Score NPS ومؤشر جهد العميل Customer Effort Score CES مقياسين للنتائج، وتقييم صافي القيمة الحالية NPV، وبطاقة الأداء المتوازن، وأدلة الشكاوى وفق ISO 10002 مدخلا لدراسة الجدوى.

المستفيدون من استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار

- ملاك الاستراتيجية الذين يحددون طموح التجربة ويربطونه بأهداف المؤسسة
- مديرو التجربة الذين يحولون الطموح إلى مبادرات لها ملاك ومراحل إنجاز
- قادة التحول الذين يرتبون أعمال التجربة إلى جانب التغيير الرقمي والإجرائي
- الشركاء الماليون الذين يختبرون افتراضات المنافع ويعتمدون ميزانيات التجربة
- الرعاة التنفيذيون الذين يرأسون مجالس التجربة ويحسمون التعارض بين الإدارات

تجني المجموعات التنفيذية الفائدة الكبرى حين ترسل رئيس استراتيجية التجربة مع شريك مالي، إذ يناقش الطموح ومنطق التمويل بلغة واحدة.

قدرات استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار

يتدرب المشاركون على تحويل طموح التجربة إلى محفظة مرتبة ومحسوبة التكلفة تستطيع لجنة مالية اعتمادها ويستطيع مجلس توجيهها.

- تقييم نضج تجربة العملاء عبر أبعاد الاستراتيجية والرؤى والتصميم والقياس والثقافة — الرعاة التنفيذيون
- بناء دراسة جدوى للتجربة تعلن افتراضات التكلفة والمنفعة والمخاطر — اللجان المالية
- حساب صافي القيمة الحالية وفترة الاسترداد لمبادرات التجربة وفق عدة سيناريوهات — مجالس الاستثمار
- موازنة المبادرات في مصفوفة القيمة والجهد والاعتمادية — مكاتب التحول
- تصميم نموذج تشغيل التجربة بأدوار وصلاحيات قرار ومسارات تمويل — مجالس التجربة
- تحديد مراحل الخارطة والمؤشرات القائدة للتوجيه الربعي — رعاة التحول

مصطلحات استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار الأساسية

- استراتيجية تجربة العملاء — بيان بالتجربة التي تنوي المؤسسة تقديمها ولأي عملاء وكيف تدعم أهداف الأعمال.
- نموذج نضج التجربة — مقياس متدرج يقيم قدرات المؤسسة في التجربة من الجهود العشوائية إلى الممارسة الراسخة.
- دراسة جدوى التجربة — وثيقة تحدد التكاليف والمنافع المتوقعة والمخاطر والافتراضات لمبادرة تجربة.
- صافي القيمة الحالية NPV — قيمة التدفقات النقدية المستقبلية لمبادرة اليوم بعد خصمها وطرح الاستثمار.
- محفظة المبادرات — مجموعة مشروعات التجربة التي تدار معا ليتبع التمويل القيمة والسعة والاعتماديات.
- نموذج تشغيل التجربة — الهيكل والأدوار والطقوس وصلاحيات القرار التي تدار بها أعمال التجربة عبر الإدارات.

استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار يوما بيوم

اليوم 1: تحديد طموح التجربة

- ربط استراتيجية المؤسسة — أهداف النمو والاحتفاظ والتكلفة
- بيانات طموح التجربة — العملاء المستهدفون والنتائج الموعودة
- التموضع التنافسي للتجربة — خيارات التكافؤ والتميز والريادة
- توقعات أصحاب المصلحة — منظور المجلس والمالية والخط الأمامي
- مخاطر الاستراتيجية — المبالغة والتشتت وإرهاق المبادرات

اليوم 2: تقييم نضج تجربة العملاء

- أبعاد النضج — الاستراتيجية والرؤى والتصميم والقياس والثقافة
- مقابلات التقييم الذاتي — الأدلة خلف كل تقدير للنضج
- ملامح فجوات القدرات — المستوى الحالي مقابل المستهدف
- خرائط النضج الحرارية — عرض الفجوات على القيادة
- الإصلاحات السريعة مقابل الأسس — ترتيب بناء القدرات

اليوم 3: مقاييس النتائج والمستهدفات

- مؤشرا NPS وCES مقياسين للنتائج — نقاط القوة والحدود
- المؤشرات التشغيلية القائدة — الاتصالات المتكررة ومعدلات الحل
- ربط بطاقة الأداء المتوازن — العميل والمالية والعمليات والأفراد
- منطق تحديد المستهدفات — خطوط الأساس والطموح والمصداقية
- ملكية القياس — من يرفع التقرير ومن يتصرف

اليوم 4: بناء دراسة جدوى التجربة

- سلاسل منطق المنافع — من تغيير التجربة إلى النتيجة المالية
- فئات التكلفة — التقنية والأفراد والإجراءات وجهد التغيير
- منافع الاحتفاظ وتكلفة الخدمة — الأدلة والافتراضات
- أدلة الشكاوى وفق ISO 10002 — تقدير تكاليف الإخفاق
- ملاحظات المخاطر والحساسية — ما قد يضعف الدراسة

اليوم 5: تقييم الاستثمار في التجربة

- حساب صافي القيمة الحالية وفترة الاسترداد — مقارنة المبادرات بإنصاف
- نمذجة السيناريوهات — الحالات المتحفظة والمتوقعة والطموحة
- خطط تحقيق المنافع — الملاك والتوقيت والمتابعة
- نماذج التمويل — الميزانيات المركزية وتحميل وحدات الأعمال وبوابات المراحل
- مزالق التقييم — الاحتساب المزدوج وانحياز التفاؤل

اليوم 6: ترتيب أولويات المحفظة

- جرد المبادرات — جمع الأفكار من مختلف الإدارات
- مصفوفة القيمة والجهد والاعتمادية — ترتيب المبادرات المرشحة
- قيود السعة — عبء التغيير على الخط الأمامي والتقنية
- موازنة المحفظة — المكاسب السريعة والممكنات والرهانات الكبرى
- معايير الإيقاف والتجميد — تحرير التمويل من المبادرات الضعيفة

اليوم 7: تصميم نموذج تشغيل التجربة

- النماذج المركزية والاتحادية والمدمجة — اختيار الهيكل
- الأدوار وصلاحيات القرار — مصفوفة RACI لقرارات التجربة
- ميثاق مجلس التجربة — العضوية والإيقاع والتصعيد
- مسارات التمويل — ربط الميزانيات بقرارات المحفظة
- بناء القدرات — أكاديميات المهارات ومجتمعات الممارسة

اليوم 8: الثقافة والتغيير لاستراتيجية التجربة

- سلوكيات القيادة — إشارات تجعل التجربة أولوية
- روابط انخراط الموظفين — ملكية الخط الأمامي للنتائج
- بناء قصة التغيير — شرح لماذا وماذا وكيف
- أنماط المقاومة — الانعزال وتعارض المقاييس والحوافز الموروثة
- مواءمة الحوافز — مكافأة نتائج التجربة المشتركة

اليوم 9: التوجيه ودروس القطاعات

- مراجعات المحفظة الربعية — إعادة الموازنة بناء على الأدلة
- تصوير الخارطة — الموجات والمراحل والاعتماديات
- حزم التقارير التنفيذية — عرض صحة الاستراتيجية في صفحة واحدة
- حالات قطاعية — مشغلو الاتصالات وشركات التأمين العام
- محفزات تحديث الاستراتيجية — تحولات السوق والمراحل الفائتة

اليوم 10: ممارسة خارطة استراتيجية تجربة العملاء الممولة

- ملخص فجوات النضج — تطبيق تقييم اليوم 2
- مسودة دراسة الجدوى — سلسلة منطق اليوم 4 لمبادرة واحدة
- المحفظة المرتبة — تطبيق مصفوفة اليوم 6 على المرشحين
- مخطط نموذج التشغيل — أدوار اليوم 7 وصلاحيات القرار
- خارطة استراتيجية تجربة العملاء الممولة — الطموح والمحفظة والتمويل والمراحل

تطبيق استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار بعد الدورة

- إجراء تقييم ذاتي لنضج تجربة العملاء مع المجموعة القيادية، وعرض خريطة حرارية بأول ثلاث فجوات قدرات يجب سدها.
- إعداد دراسة جدوى لمبادرة تجربة واحدة تتضمن صافي القيمة الحالية وفترة الاسترداد وملاحظات الحساسية، وتقديمها إلى لجنة الاستثمار التالية.

أسئلة حول استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار

ما المقصود باستراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار، ولماذا تهم الآن؟

هي ممارسة تحديد طموح التجربة وتمويل المبادرات التي تحققه عبر خارطة مرتبة. وتهم الآن لأن مجالس الإدارة توازن الإنفاق على التجربة مقابل كل استثمار آخر وتنتظر دليلا على العائد.

ما الأدوار الأكثر استفادة من دورة استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار؟

يستفيد رؤساء استراتيجية التجربة ومديرو التجربة وقادة التحول أكثر من غيرهم. ويستفيد كذلك الشركاء الماليون والرعاة التنفيذيون، لأن دراسات الجدوى وقرارات المحفظة تحتاج إلى تدقيقهم قبل أن تنال المبادرات تمويلها.

بماذا تختلف دورة استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار عن دورة تحليلات الرحلات؟

تعمل على مستوى المحفظة والتمويل بدلا من داخل الرحلات المنفردة. ستقيم النضج وتبني دراسات الجدوى وتقيم الاستثمارات وتصمم نماذج التشغيل، بدلا من رسم نقاط التماس وتحليل بيانات الرحلة.

ماذا تعود به من دورة استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار؟

تعود بخارطة ممولة. تضم ملخصا لفجوات النضج، ومسودة دراسة جدوى لمبادرة واحدة، ومحفظة مرتبة، ومخططا لنموذج التشغيل، ومراحل للتوجيه الربعي.

استراتيجية تجربة العملاء وخارطة الاستثمار: الطريق إلى الأمام

تحدد خارطة استراتيجية تجربة العملاء الممولة أولا أي المبادرات تدخل جولة الميزانية القادمة وأيها ينتظر. يستخدمها رؤساء الاستراتيجية والشركاء الماليون ومجالس التجربة لتوجيه المراجعات الربعية وإطلاق التمويل على مراحل. وبعد المراجعة الأولى تحسن إعادة النظر في افتراضات المنافع، لأن النتائج المبكرة تكشف عادة أي سلاسل القيمة كانت متفائلة وأيها يستحق استثمارا أكبر.