دورة تجربة العملاء متعددة القنوات: تسليم الحالات بين القنوات والسجلات المشتركة والتحول إلى الخدمة الذاتية

21 – 25 يونيو 2027

لندن - Premier Inn Victorya

دورة تجربة العملاء متعددة القنوات: تسليم الحالات بين القنوات والسجلات المشتركة والتحول إلى الخدمة الذاتية

المرجع: 927_41984 **التاريخ:** 21 – 25 يونيو 2027 **المكان:** لندن - Premier Inn Victorya **الرسوم:** GBP 4300

ملخص البرنامج

تجربة العملاء متعددة القنوات محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لقادة الخدمة ومراكز التواصل والقنوات الرقمية، بمستوى إداري، وتنتهي بخطة لتسليم الحالات بين القنوات والتحول إلى الخدمة الذاتية. ينتقل العميل بين الموقع والتطبيق والفرع ومركز الاتصال والمحادثة، بينما تدير كل قناة في أحيان كثيرة جهة منفصلة بسجلات خاصة بها. وينتقل البرنامج من تشخيص الرحلة إلى السجلات المشتركة ثم قواعد التسليم والتحول إلى الخدمة الذاتية والملكية، بالاعتماد على حالات جاهزة. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في تجربة العملاء متعددة القنوات لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

القائد القادر على ربط قنوات نشأت منفصلة يمنح العميل خدمة متصلة، ويمنح الفرق صورة واحدة عما قاله العميل وما أنجزه سابقا. كما تكشف تجربة العملاء متعددة القنوات مواضع تكرار التواصل وتعثر الرحلات وتحويلات يمكن تجنبها، فيتجه الاستثمار في الأفراد والسجلات والأنظمة بحسب الشواهد لا العادة داخل المنظمة، ويتحقق القادة من أثر كل قرار في تجربة العميل قبل تعميمه على بقية القنوات والفروع. ويعمل البرنامج على المؤشرات التالية.

- تكرار التواصل: ينخفض حين لا يضطر العميل إلى شرح المسألة نفسها في كل قناة.
- جهد التحويل: يخف حين تحمل عمليات التسليم تاريخ الحالة معها.
- كلفة الخدمة: تقل حين تنتقل الطلبات المناسبة إلى خدمة ذاتية يختار العملاء استخدامها.

المبادئ والأساس المعرفي

- الرؤية الموحدة للعميل سجل واحد للهوية والتاريخ والحالات المفتوحة: تطبق في الجلسة 2 لتصميم سجلات مشتركة بين القنوات.
- استمرارية الرحلة أن يكمل العميل من حيث توقف في أي قناة: تطبق في الجلستين 1 و3 لتشخيص مواضع الانقطاع ووضع قواعد التسليم.
- توحيد القنوات قنوات متصلة بدل قنوات متوازية: يطبق في الجلسة 3 لتحديد التوجيه ونقل السياق.
- الملكية عبر الإدارات مسؤولية مشتركة عن رحلات تمتد بين فرق: تطبق في الجلسة 4 لوضع المقاييس وصلاحيات القرار.

المشاركون المستهدفون

- قادة الخدمة المسؤولون عن جودة تواصل العملاء عبر عدة قنوات.
- مديرو مراكز التواصل الذين يوجهون المحادثات ويوزعون العاملين ويقيسون محادثات بدأت في قناة أخرى.
- مالكو القنوات الرقمية والتطبيقات الذين يقررون ما يستطيع العميل إنجازه دون موظف.
- مديرو الفروع والتجزئة الذين يستقبلون عملاء سبق أن تواصلوا عبر قنوات أخرى.

تشمل البيئات المعتادة البنوك وشركات التأمين ومشغلي الاتصالات وتجار التجزئة.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص المواضع التي تنقطع فيها رحلة العميل بين القنوات.
2. سيكون المشاركون قادرين على تصميم سجل مشترك للعميل وتحديد ما تحتاجه كل قناة من معلومات.
3. سيكون المشاركون قادرين على بناء قواعد تسليم تنقل السياق من قناة إلى أخرى.
4. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب الطلبات المرشحة للتحول إلى الخدمة الذاتية بحسب الحجم والتعقيد وحاجة العميل.
5. سيكون المشاركون قادرين على تبرير مقاييس وملكية تمتد عبر الإدارات.
6. سيكون المشاركون قادرين على صياغة خطة تسليم بين القنوات وتحول إلى الخدمة الذاتية لرحلة عميل واحدة.

هيكل البرنامج

اليوم 1: أسس تجربة العملاء متعددة القنوات وتشخيص الرحلة

أين تنقطع رحلة العميل حين تنتقل من قناة إلى أخرى؟

- جدول مقارنة القنوات المتعددة والمتصلة
- خريطة جرد القنوات
- سجل نقاط انقطاع الرحلة
- ورقة شواهد تكرار التواصل
- جولة تتبع جهد العميل

اليوم 2: السجلات المشتركة وهوية العميل

ما المعلومات التي يجب أن تراها كل قناة كي لا يسأل العميل مرتين؟

- مصفوفة محتوى سجل العميل
- قواعد مطابقة الهوية
- قاعدة إتاحة الحالات المفتوحة
- فحص الموافقة واستخدام البيانات
- مراجعة فجوات السجل

اليوم 3: التسليم والتوجيه ونقل السياق

كيف تنتقل الحالة بين القنوات والفرق دون فقدان السياق؟

- نموذج قاعدة التسليم
- شجرة قرار التوجيه
- صيغة ملخص الحالة
- نص تسليم الموظف
- سلم التصعيد

اليوم 4: التحول إلى الخدمة الذاتية والملكية عبر الإدارات

أي الطلبات ينتقل إلى الخدمة الذاتية، ومن يسأل عن الرحلة كاملة؟

- مصفاة ملاءمة الخدمة الذاتية
- ترتيب أسباب التواصل بحسب الحجم
- خطة تشجيع اختيار القناة
- وصف دور مالك الرحلة
- بطاقة المقاييس المشتركة

اليوم 5: خطة التسليم بين القنوات والخدمة الذاتية لرحلة واحدة

هل تتكامل الأدوات السابقة في خطة تستطيع الإدارات اعتمادها؟

- تطبيق سجل نقاط الانقطاع من الجلسة 1
- اختبار مصفوفة محتوى السجل من الجلسة 2
- فحص نموذج قاعدة التسليم من الجلسة 3
- مراجعة مصفاة الملاءمة من الجلسة 4
- إنجاز خطة التسليم بين القنوات والتحول إلى الخدمة الذاتية

المنهجية

يقوم البرنامج على تمرين منظم مبني على حالات جاهزة من بنك تجزئة ومشغل اتصالات: سجلات تواصل وخرائط رحلات وأحجام قنوات وملاحظات حالات تكتب بلغة الميدان. يتتبع المشاركون عميلا عبر القنوات ويضعون القواعد في مجموعات صغيرة، ثم يعرضون الخطة على زملاء يؤدون دور مجلس خدمة يجب أن يتفق على تغييرات تمتد عبر الإدارات.

- نشاط مقترح: تتبع شكوى واحدة عبر الموقع والمحادثة والاتصال والفرع.
- نشاط مقترح: كتابة قواعد تسليم لثلاثة طلبات شائعة.
- نشاط مقترح: ترتيب عشرة أسباب للتواصل بحسب صلاحيتها للتحول إلى الخدمة الذاتية.

المخرج الختامي

ينجز كل مشارك خطة لتسليم الحالات بين القنوات والتحول إلى الخدمة الذاتية لرحلة عميل واحدة. وتضم سجلا لنقاط الانقطاع ومواصفات للسجل المشترك وقواعد للتسليم وقائمة مختصرة للخدمة الذاتية ومقاييس مشتركة لها مالك مسمى. وتعرض في العمل على الإدارات المعنية للاتفاق عليها، وتحدد روتين مراجعة الرحلة.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب تدريب تجربة العملاء متعددة القنوات القادة الذين يديرون قناة واحدة فقط؟

نعم، إذ تدرس تجربة العملاء متعددة القنوات عبر حالات جاهزة وقوالب. ويشترط البرنامج خبرة في إدارة فريق خدمة أو تواصل أو قنوات رقمية، لا في إدارة كل القنوات.

على أي مبادئ تقوم تجربة العملاء متعددة القنوات في هذا التدريب؟

تقوم تجربة العملاء متعددة القنوات هنا على الرؤية الموحدة للعميل واستمرارية الرحلة وتوحيد القنوات والملكية المشتركة عبر الإدارات.

كيف تستخدم الخطة الناتجة عن تدريب تجربة العملاء متعددة القنوات في العمل؟

تعرض الخطة على الإدارات المعنية، وتستخدم قواعد التسليم في توجيه الفرق، وتحتفظ بمقاييسها روتينا لمراجعة الرحلة.

كيف تختلف تجربة العملاء متعددة القنوات عن برنامج في ولاء العملاء؟

تركز تجربة العملاء متعددة القنوات على التسليم بين القنوات والسجلات المشتركة والخدمة الذاتية عبر الرحلة، بينما يركز برنامج ولاء العملاء على الاحتفاظ والمكافآت.