CORE
CONCEPT

تصميم رحلة العميل ورسم خرائط الرحلة ومخطط الخدمة

تصميم رحلة العميل ورسم خرائط الرحلة ومخطط الخدمة

العمق التقني: ممارس · **أسلوب التطبيق:** دراسة حالة

مقدمة

يحكم العملاء على المؤسسة من خلال رحلتهم كاملة لا من خلال معاملة واحدة، ومع ذلك تصمم معظم الرحلات إدارة بإدارة. فالانتقال المتقطع بين القنوات وتكرار طلب المعلومات نفسها وغموض الخطوة التالية كلها تزيد الشكاوى وحالات التخلي عن الخدمة وحجم التواصل الذي يمكن تجنبه. تزود هذه الدورة من كور كونسبت المديرين بما يلزم لدراسة رحلات العملاء ورسم خرائطها وإعادة تصميمها من البداية إلى النهاية، باستخدام أساليب التصميم المتمحور حول الإنسان ومخططات الخدمة ومعايير التميز في الخدمة المعتمدة. ويعمل المشاركون على حالات من قطاعات متعددة، ويخرجون بحزمة إعادة تصميم رحلة العميل لرحلة ذات أولوية في مؤسساتهم.

أهداف الدورة

- تخطيط أبحاث العملاء بالمقابلات والملاحظة الميدانية وبيانات صوت العميل، وتحويل النتائج إلى شخصيات العملاء Personas والمهام المطلوب إنجازها
- رسم خرائط رحلات العملاء في وضعها الحالي، وتحديد نقاط التواصل والمشاعر ونقاط الألم ولحظات الحقيقة
- بناء مخططات الخدمة Service Blueprints التي تربط كل إجراء يقوم به العميل بالعمليات الأمامية والخلفية والداعمة
- تصميم رحلات الوضع المستقبلي بتطبيق مبادئ التميز في الخدمة في المواصفة ISO 23592 وعملية التصميم المتمحور حول الإنسان في المواصفة ISO 9241-210
- تحديد مقاييس الرحلة مثل NPS وCES ومعدلات الإنجاز، وترتيب أولويات التحسين في سجل تحسينات الرحلة
- إعداد حزمة إعادة تصميم رحلة العميل لرحلة ذات أولوية

الفئة المستهدفة

- مديرو تجربة العملاء المسؤولون عن أداء الرحلة من البداية إلى النهاية
- مصممو الخدمات وملاك المنتجات الذين يطورون الخدمات الجديدة والمعاد تصميمها
- مديرو القنوات ومراكز الاتصال المسؤولون عن التجارب الرقمية وتجارب الفروع والهاتف
- أخصائيو تحسين العمليات والتميز التشغيلي الذين يبسطون العمليات الموجهة للعملاء
- مديرو التسويق والعلامة التجارية المسؤولون عن نقاط التواصل مع العملاء والاتصالات
- محللو تجربة العملاء والباحثون الذين يجمعون رؤى العملاء وبيانات الرحلة

محاور الدورة

اليوم الأول: أسس رحلة العميل والتجربة الحالية

- تعريفات تجربة العملاء ورحلة العميل ونقاط التواصل
- منظور الرحلة من الخارج إلى الداخل مقابل منظورها من الداخل إلى الخارج
- حصر الرحلات ومصفوفة ترتيب أولوياتها
- تدقيق بيانات صوت العميل: الشكاوى والاستبيانات وأسباب التواصل
- رصد رضا العملاء وفق المواصفة ISO 10004

اليوم الثاني: معايير التصميم وأطر رحلة العميل

- مبادئ التميز في الخدمة ونموذجه وفق المواصفة ISO 23592
- تصميم خدمة متميزة لتجارب استثنائية وفق ISO/TS 24082
- عملية التصميم المتمحور حول الإنسان وفق المواصفة ISO 9241-210
- نموذج الماسة المزدوجة Double Diamond لإعادة تصميم الرحلة
- نموذج Kano لتصنيف توقعات العملاء

اليوم الثالث: البحث ورسم الخرائط ومخططات الخدمة

- أدلة مقابلات العملاء والملاحظة الميدانية
- شخصيات العملاء Personas وعبارات المهام المطلوب إنجازها Jobs to Be Done
- خريطة الرحلة الحالية: المراحل والإجراءات والمشاعر ونقاط الألم
- لحظات الحقيقة وتحليل منحنى المشاعر
- مخطط الخدمة: العمليات الأمامية والخلفية والداعمة

اليوم الرابع: إخفاقات الرحلة وقياسها وتحسينها

- إخفاقات الانتقال بين القنوات واستمرارية التجربة متعددة القنوات
- مراجعة إمكانية الوصول وفق معايير WCAG 2.2
- مقاييس الرحلة: NPS وCES وCSAT ومعدلات الإنجاز
- قاعدة الذروة والنهاية Peak-End والتصميم السلوكي في الرحلات
- سجل تحسينات الرحلة وترتيب الأولويات بمصفوفة الأثر والجهد

اليوم الخامس: دراسات الحالة وحزمة إعادة تصميم رحلة العميل

- دراسة حالة اتصالات: إعادة تصميم رحلة انضمام العميل
- دراسة حالة جهة ترخيص: الحد من التواصل المتكرر
- خريطة الرحلة المستقبلية لرحلة ذات أولوية في مؤسسة المشارك
- إعداد مسودة حزمة إعادة تصميم رحلة العميل
- مراجعة نقدية بين الزملاء وعرض تفصيلي للرحلة

المهارات المكتسبة

- تخطيط أبحاث العملاء
- رسم خرائط الرحلة
- إعداد مخططات الخدمة
- قياس التجربة
- تصميم الخدمة متعددة القنوات
- مراجعة إمكانية الوصول
- ترتيب أولويات التحسين

لماذا تحضر هذه الدورة

- تعود بحزمة إعادة تصميم رحلة العميل لرحلة ذات أولوية، وقد راجعها زملاؤك نقديا
- ترى الرحلة كما يعيشها العميل لا كما يقسمها الهيكل التنظيمي
- توضح لزملائك في العمليات والتقنية أي العمليات الخلفية تسبب معاناة العميل في الواجهة
- تتبادل ممارسات تصميم الرحلات مع مديرين من قطاعات ودول مختلفة

الخاتمة

نادرا ما يشكو العملاء من إدارة بعينها، بل يشكون من رحلة غير مترابطة. تنتقل هذه الدورة من فهم التجربة الحالية وبيانات العملاء، مرورا بمعايير التميز في الخدمة والتصميم المتمحور حول الإنسان، إلى البحث ورسم الخرائط ومخططات الخدمة، ثم إخفاقات القنوات وإمكانية الوصول والقياس وترتيب الأولويات. وينتج اليوم الأخير حزمة إعادة تصميم رحلة العميل لرحلة ذات أولوية، فيعود المشارك بمبررات موثقة للتغيير وسجل تحسينات عملي يعرضه على الفرق المسؤولة عن كل جزء من الرحلة.