

الارتقاء بالتجربة والتميز

حققت إدارتنا خدمة وتجارب العملاء تقدماً كبيراً في العام 2024م للارتقاء بمستوى رضا العملاء في جميع وحدات الأعمال. فمن خلال التركيز على التطور المستمر واتخاذ القرارات استناداً إلى بيانات دقيقة، نجحت الشركة في الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة، وحصدت العديد من التكريمات في القطاع.

وشهدت تفاعلات العملاء تطورات نوعية، تجسدت في تحسينات على مجموعة من مؤشرات الأداء الرئيسية. وشملت هذه التحسينات زيادة بنسبة 11.1% في درجة رضا العملاء عن خدمة التجوال، وارتفاعاً بنسبة 5.0% في درجة رضا العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ونموً بنسبة 1.3% في مؤشر إدارة التفاعل مع العملاء (TRI*M) لرضا العملاء في السوق. كما تحسنت درجة سرعة بيانات الخدمات المتنقلة للعميل بنسبة 4.8%، بينما زادت أيضاً موثوقية وسرعة تقديم الخدمة، مما رفع مستويات الخدمة في قطاع الاتصالات السعودي.

وعززت موبايلي إدارة الاستجابة الاستباقية بصورة كبيرة، وحققت زيادة بنسبة 40% في رصد وتحليل شواغل ومشاكل تجربة العملاء مقارنةً بالعام 2023م. ويعكس هذا التحسين فعالية أنظمة المراقبة المعززة والمنهجية الاستباقية لتحديد مجالات التحسين. كما حققت الشركة تحسناً بنسبة 32% على أساس سنوي في معالجة المشاكل، مما يؤكد التزامها بتوفير تفاعلات سلسلة وإيجابية مع العملاء.

علوهُ على ذلك، زاد رضا العملاء في مركز الاتصال بنسبة 0.5% في عام 2024م.

بينما ارتفعت درجة الرضا عبر وسائل التواصل الاجتماعي وحل الشكاوى بنسبة 5% و4% على التوالي. كما بلغت الكفاءة في معالجة الشكاوى وفق مستويات الخدمة المتفق عليها نسبة 95%. مما يعكس التركيز الكبير لموبايلي على رضا عملائنا.

تجربة عملاء حائزة على العديد من الجوائز

حصلت موبايلي على جوائز مرموقة تكريماً لريادتها في مجال تجربة العملاء، بما في ذلك جائزة أفضل تجربة للمستخدمين للعام 2023م من هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية للعام الثالث على التوالي. كما حصلت على تكريمات عدة في حفل جوائز تجربة العملاء في الخليج، من ضمنها الجائزة الذهبية للتميز الشامل في تجربة العملاء، والجائزة الذهبية لأفضل قياس لتجربة العملاء، والجائزة الفضية للتميز في اعتبار العميل أولوية.

وحصلت موبايلي على جائزة الريادة في تجربة العملاء ضمن مؤتمر تمكين تجربة العملاء من شركة سيرينكلر، وجددت شهادة الجودة السعودية "حياك" من الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة، وحصلت على شهادة الأيزو لإدارة الشكاوى، مما يؤكد

التزامها بأعلى معايير الخدمة. وعززت هذه التكريمات مصداقية الشركة وثقة العملاء وأصحاب المصلحة بها، كما رفعت مستوى رضا الموظفين، وعززت ولاء العملاء ودعمهم.

استراتيجية تركز على العملاء

يعد النهج المتكامل والاستراتيجي الذي تتبعه موبايلي للارتقاء بتجربة العميل من خلال جميع المنتجات والخدمات حافزاً رئيسياً لمكاسب الشركة في مجال تجربة العملاء. ويتمثل محور استراتيجيتها في اعتماد منهجيات ومعايير متقدمة، مما يضمن تحسين جميع التفاعلات مع العملاء بدقة لتجاوز التوقعات. ومن خلال استخدام معايير ومؤشرات أداء رئيسية محددة، تراقب الشركة باستمرار نقاط الاتصال الرئيسية للعملاء وتحرص على تقييمها. وتتيح هذه المنهجية المنظمة تحديد فجوات الأداء، والاستجابات الاستباقية للتحديات المحتملة، والتحسين المستمر في جميع جوانب تجربة العميل.

وبالاستفادة من أطر عمل أفضل الممارسات في إدارة تجربة العملاء، نجحت موبايلي في وضع معيار جديد للجودة والابتكار في قطاع الاتصالات.

كما تسلط هيكلية حوكمة تجربة العملاء القوية في موبايلي الضوء على التزامها بتقديم تجارب استثنائية. وتعمل إدارة خدمة العملاء على معالجة مخاوف العملاء بسرعة وفعالية، وتتخذ تدابير استباقية لتقليل الشكاوى الواردة إلى هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية وضمان ضبط تكرار المكالمات.

وتؤدي إدارة تجربة العملاء دوراً رئيسياً في تحقيق رؤية موبايلي الاستراتيجية من خلال قيادة برنامج التجربة الشاملة، وهو إحدى المبادرات الاستراتيجية الثلاثة عشر التي تدعم تحول الشركة. وبصفتها الجهة القائمة على هذا البرنامج، توفر إدارة تجربة العملاء عمليات متسقة ومبسطة عبر موبايلي، وتقدم تجارب استثنائية للعملاء وجميع الوحدات الداخلية، فضلاً عن أصحاب المصلحة الخارجيين بمن فيهم المستثمرون والجهات التنظيمية والشركاء.

وتلتزم موبايلي ببناء ثقافة تركز على العملاء في جميع عمليات الشركة، إذ أطلقت هذا العام برنامج "نجم تجربة العملاء" (CX Star) لتحفيز وتكريم موظفي الخطوط الأمامية لتقديم خدمة عملاء استثنائية. ولعبت هذه المبادرة دوراً فعالاً في تعزيز مشاركة الموظفين ورضا العملاء. كما احتفلت موبايلي باليوم العالمي لتجربة العميل، وأشركت الموظفين وأصحاب المصلحة في جميع المستويات في أنشطة عززت أهمية التركيز على العملاء بصفته أولوية وقيمة أساسية.

الارتقاء برحلة العميل

أطلقت موبايلي في العام 2024م مبادرات رائدة لتعزيز تجربة العميل وتقديم تجارب استثنائية في جميع خدماتها. وأجرى فريق تجربة العملاء مراجعة دقيقة للمنتجات والخدمات الجديدة، مانحاً الأولوية لرضا العملاء لضمان توافق العروض مع أعلى معايير تجربة المستخدم والقيمة. وأطلقت الشركة هذا العام "مؤشر نضج التجربة"، وهو إطار شامل لتقييم وقياس جودة تجارب المستخدمين في جميع المنتجات والقنوات، مما يحفز إجراء تحسينات موجهة وتقديم نتائج قابلة للقياس.

وكان من أبرز الإنجازات وضع تصميم جديد لتجارب العملاء لتحديد المشاكل المحتملة ومعالجتها بشكل استباقي قبل تفاقمها، فضلاً عن معالجة مواطن الضعف وتحسين مستويات الرضا. وتم تبسيط عمليات الفوترة لتوفير تجارب سهلة وشفافة،

بينما تم تعزيز إجراءات تأهيل العملاء لمنح العملاء الجدد تجربة سلسلة وجذابة، بالإضافة إلى تبسيط مسارات معالجة الشكاوى والانقطاعات لتقليل شكاوى العملاء وتحسين أوقات المعالجة، مما عزز رضا العملاء وولاءهم.

تعزيز التحول الرقمي

تواصل إدارة تجربة العملاء في موبايلي قيادة جهود التحول الرقمي للشركة، مع التركيز على رقمنة العمليات لتعزيز الكفاءة التشغيلية وتوفير تجارب عملاء ناجحة. ويرتكز هذا التحول على تنفيذ التكامل الشامل بين مختلف القنوات، مما يوفر تجربة متسقة وموحدة عبر الموقع الإلكتروني وتطبيق الهاتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي والتفاعلات داخل المتاجر. كما تساهم هذه المنهجية في تقليل الاحتكاك وضمان التنقل السلس بين نقاط الاتصال، عدا عن تعزيز ولاء العملاء من خلال تقديم حلول مخصصة وقابلة للتكيف مع احتياجات العملاء.

وحققت موبايلي تطورات كبيرة في عروضها الرقمية هذا العام، ووفرت التحسينات في تجربة الدردشة الآلية استجابة أسرع وأكثر سلاسة للمشاكل والطلبات، فضلاً عن تبسيط معالجة المشاكل الشائعة، وتوسيع إمكانات الخدمات، وتبسيط رحلة طلب الخدمة. كما زودت التحسينات في تجربة الفوترة والدفع العملاء بوسائل أكثر سهولة لعرض فواتيرهم وإدارتها وتسويتها. كما استخدمت الشركة استراتيجيات مبتكرة للتسويق الرقمي من أجل تحسين المشاركة وتعزيز مستويات الرضا ودفع نمو الأعمال عبر جميع نقاط اتصال العملاء.

قياس وتحليل ملاحظات العملاء

تمثل الاستفادة من التحليلات القائمة على البيانات وملاحظات العملاء ركيزة أساسية في استراتيجية موبايلي لتحسين الخدمات بدقة وتحديد المشكلات المتكررة، تتمكن موبايلي من تحديد الأسباب الأساسية وتنفيذ حلول موجهة. ويُعتبر برنامج "صوت العميل" ركيزة هامة في دعم هذه الجهود، حيث يستخدم استبيانات المعاملات والتصورات لمعرفة مخاوف العملاء بفاعلية، وتحديد نقاط الضعف، وكشف فرص تحسين تجربة العملاء.

من المشاكل التي تم تحديدها، مما رفع مستوى الوضوح وكفاءة اتصالات العملاء، وحفاظًا على هذه التحسينات، قامت الشركة بتنفيذ عمليات مراقبة مستمرة، بما في ذلك آليات الملاحظات وعمليات المراجعة المنتظمة، لضمان التطور المستمر لاستراتيجيات التواصل.

وتؤكد موبايلي على ضرورة الحفاظ على الشفافية والدقة في جهودها التسويقية والإعلانية، مما يعكس التزامها بالنزاهة وثقة العملاء، وشملت الإجراءات المنفذة في العام 2024م تعزيز عمليات مراجعة المحتوى، وتحسين التنسيق بين فرق التسويق وتجربة العملاء والفرق التشغيلية، وتعزيز مراقبة الحملات. وتمثل هدف هذه الجهود في تجنّب وقوع أي حوادث تسويقية وإعلانية، مما يؤكد التزام موبايلي بأعلى معايير التواصل الأخلاقي وتعزيز الثقة مع عملائها وأصحاب المصلحة.

شراكات استراتيجية للارتقاء بتجربة العملاء

واصلت موبايلي تعزيز مبادراتها لمشاركة العملاء من خلال إبرام شراكات استراتيجية في العام 2024م، مما يسלט الضوء على جهود الشركة المستمرة لتبني التكنولوجيا والخدمات عالمية المستوى، وتعزيز ريادتها في المنطقة، ودعم مستهدفات رؤية السعودية 2030.

وعقدت موبايلي العديد من الشراكات الفعالة لتعزيز تجربة العملاء، وتقوية بنيتها التحتية التقنية، ودفع عجلة الابتكار. وبالتعاون مع شركة "HCL Software"، تهدف موبايلي إلى رفع مستويات رضا العملاء من خلال الاستفادة من الأدوات والحلول المتقدمة لتحسين المشاركة وتبسيط تقديم الخدمات. وستركز الشراكة مع شركة "تيك ماهندرا" على تطوير برامج ولاء تنافسية على مستوى العالم، وتزويد العملاء بتجارب مبتكرة ومجزية. كما وقعت الشركة اتفاقية مع مصرف الإنماء لتضمين خدمات موبايلي مع قنوات المصرف الرقمية، مما يعزز مستويات الراحة والسلامة ورضا العملاء لكلا الطرفين.

وأطلقت موبايلي في العام 2024م أداة جديدة لإدارة الاستبيانات مزودة بلوحة تحكم مباشرة لإدارة تجربة العملاء، وقد عززت هذه المنصة المبتكرة قدرة موبايلي على تحديد الملاحظات العملية وتنفيذ الحلول بناءً عليها بشكل فوري.

وتشمل الميزات الرئيسية للأداة جمع ملاحظات فعالة عبر قنوات متعددة، وتوفير فهم شامل لرضا العملاء، وتمكين معالجة المشكلات بصورة فورية. كما قدمت المنصة استبيانات موحدة للشركة وحلًا لإدارة الحالات والمشاكل، مما يوفر وسيلة موحدة لمعالجة البيانات وربط الملاحظات بعمليات الحل من أجل تقديم عملية متابعة أكثر كفاءة. وتم تعزيز عملية توحيد البيانات وتحليل التوجهات بشكل أكبر، مما يوفر إمكانات تصور قوية من شأنها تحسين عملية اتخاذ القرار وتعزيز عمليات الملاحظات في الحلقة المغلقة لتحويل التحليلات إلى تحسينات ملموسة في الخدمة.

وقدمت أداة إدارة الاستبيانات فوائد كبيرة، بما في ذلك تحسين الاستجابة واتخاذ القرارات التي تركز على العملاء، والارتقاء بمستوى المساءلة والمحاسبة من خلال معالجة الملاحظات وفق منهجية قوية، وتزويد الفرق بتحليلات عملية لرفع جودة تجربة العملاء بشكل استباقي.

تعزيز التواصل مع العملاء

تواصل موبايلي تعزيز ثقة العملاء وتحسين تجربتهم الشاملة من خلال التواصل بشفافية معهم، وأجرت الشركة هذا العام تحسينات كبيرة على منصات الخدمة الذاتية لتوفير تجارب أكثر سلاسة وسهولة في الاستخدام.

كما أطلقت الشركة برنامج جديد لتعزيز وعي العملاء بميزات المنتجات، مع الترويج للاستخدام المسؤول والمستدام. وبعد تدقيق شامل لممارسات التواصل، مكنت موبايلي العملاء من اتخاذ قرارات مدروسة بشأن الأثر البيئي لاستخدامهم للمنتجات، تماشيًا مع التزام موبايلي بالاستدامة. وبناءً على نتائج التدقيق، نفذت موبايلي حلولاً عملية ساهمت في معالجة أكثر من 50% من

وعلى صعيد التقنية، وقعت موبايلي اتفاقية تعاون استراتيجي مع شركة "سيسكو" لتوظيف تقنيات متطورة تعزز تجربة العملاء، مع بناء شبكة اتصالات مستقبلية. وتهدف الشراكة مع شركة "فورتينت" إلى تطوير شبكات موبايلي، وتعزيز أمنها ومرونتها وكفاءتها لتقديم خدمات أكثر قوة وموثوقية للعملاء. كما تتيح مذكرة التفاهم مع "نوكيا" التعاون في مجال شبكات الوصول الراديوية السحابية، مما يمهّد الطريق لبناء قدرات متقدمة للشبكات وترسيخ مكانة موبايلي في صناعة الاتصالات.

وفي مؤتمر الساعات للشرق الأوسط، وقعت موبايلي اتفاقيات شراكة مع شركاء بارزين، مما يتيح للعملاء استبدال نقاط "نقاطي" الخاصة بهم، الأمر الذي يعزز قيمة برنامج ولاء موبايلي. وتعكس هذه الشراكات التزام موبايلي بتقديم قيمة استثنائية وتحسين خدماتها باستمرار لتلبية احتياجات العملاء المتطورة.

حصلت موبايلي على جائزة
**أفضل تجربة
للمستخدمين**
من هيئة الاتصالات والفضاء
والتقنية السعودية للعام
الثالث على التوالي

ارتفاع
معدل اكتشاف المشاكل
في تجربة العملاء وتحليلها
بنسبة 40%
مقارنة بعام 2023م

التطلعات لعام 2025م

تتضمن خطط موبايلي لعام 2025م مجموعة من المبادرات التي تهدف إلى تعزيز تجربة العملاء ومشاركتهم، ويشمل ذلك زيادة التركيز على التحول الرقمي، تماشيًا مع الأهداف الاستراتيجية الشاملة للشركة، بالإضافة إلى تحسين تقديم الخدمات، وتعزيز الكفاءات التشغيلية، ورفع القيمة المقدمة للعملاء.

وتشمل الأولويات الاستراتيجية إطلاق أدوات متقدمة لتعزيز دقة قياس تجربة العملاء، وتوفير تحليلات دقيقة وعملية. كما تلتزم موبايلي باكتشاف إمكانات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتعزيز الإمكانيات التنبؤية في مجال تجربة العملاء.

وتعزز الشركة توسيع برامج صوت العميل (VoC) لجمع ملاحظات أكثر في عدد أكبر من نقاط الاتصال، مع التركيز بشكل خاص على مقاييس صافي نقاط الترويج. وستواصل موبايلي تحسين تجارب العملاء من خلال اعتماد أدوات تنبؤية مخصصة لتوفير تفاعلات سلسة وتحسين مستويات الرضا في جميع مراحل التجربة. وسترسخ هذه الجهود زيادة موبايلي في مجال تجربة العملاء على مستوى السوق، والارتقاء بمستويات الولاء والمشاركة على المدى الطويل وخلق قيمة مستدامة.