

تحويل كل تفاعل إلى ثقة راسخة

واصلت موبايلي خلال عام 2025م تنفيذ رؤيتها للتميز في تجربة العملاء، مستندةً إلى تكامل فعال بين إدارتي خدمة وتجارب العملاء، مما أثمر عن نموذج عمل يضع العميل في صميم منظومة اتخاذ القرار، ويضمن تجسيد قيم موبايلي الأساسية - المرونة، والشجاعة، والوضوح، والاهتمام - كتجربة عملية عند كل تفاعل.

الارتقاء بالتجربة كمحرك استراتيجي للأعمال

مثلت تجربة العميل في موبايلي ركيزة محورية لتعزيز الأداء المؤسسي، من خلال ترسيخ مفهوم التمركز حول العميل كأساس لكل مبادرة تحسين، واستثمار، وقرار تشغيلي. وحرصت الشركة على تحقيق مواءمة وثيقة بين مختلف وحدات الأعمال، وقنوات الخدمة، والشركاء، لتوحيد الجهود والتركيز المستمر على المخرجات ذات القيمة المباشرة للعملاء. وأسهم هذا النهج المتكامل في تذليل العقبات عبر رحلة العميل، ورفع موثوقية الخدمة، وتعزيز معدلات الرضا والولاء، مما انعكس بشكل ملموس على خفض معدلات انسحاب العملاء وزيادة متوسط العائد لكل مستخدم.

كما بادرت موبايلي إلى تنفيذ تحسينات موجهة للتجارب الأساسية، مثل تسجيل العملاء الجدد، وحل الشكاوي، ومعالجة طلبات فصل الخدمة، والخدمة الذاتية الرقمية، مما مكن من تقليص زمن الاستجابة، وخفض الجهد التشغيلي اليدوي، وزيادة معدلات استخدام القنوات الرقمية. وانعكست هذه النتائج إيجابيًا على الكفاءة التشغيلية والانطباع العام لدى العملاء، بالتوازي مع تطبيق إطار متكامل لقياس تجربة العميل يستند إلى مؤشرات أداء رئيسية واضحة، ومتابعة مستمرة لضمان المساءلة عبر مختلف فرق العمل. وبذلك، تحول التميز في التجربة إلى محرك أعمال ذي أثر قابل للقياس، يدعم نمو موبايلي وكفاءتها التشغيلية ويعزز ثقة عملائها ويؤكد ريادتها في سوق الاتصالات السعودي.

وانطلاقًا من هذه الرؤية، عملت موبايلي على مواءمة الابتكار الرقمي مع الكفاءة التشغيلية والبعد الإنساني ضمن إطار متكامل يهدف إلى الارتقاء بجودة الخدمة، وتسريع الاستجابة لتطلعات العملاء، وتحويل مفهوم التمركز حول العميل من إطار توجيهي إلى محرك أعمال ذي أثر قابل للقياس، يوجه فرق العمل في تصميم التجارب وتقديمها وتطويرها عبر مختلف نقاط التواصل. وبفضل توظيف أطر الحوكمة المتقدمة وتقنيات الذكاء الاصطناعي، والرؤى المستندة إلى البيانات، أعادت موبايلي صياغة نموذج التفاعل مع عملائها، محولةً كل تواصل إلى تجربة مجزية أسرع وأسهل.

تعزيز التميز في تجربة العميل

واصلت إدارة تجارب العملاء خلال عام 2025م دورها المحوري في توجيه استراتيجية موبايلي، من خلال الارتقاء بمستويات رضا العملاء، وتحسين كفاءة التجارب الأساسية، وترسيخ آليات الحوكمة وضمان الجودة. واستندت الشركة في ذلك إلى استراتيجية محدثة تضع العميل على رأس أولويات كافة المبادرات، مما أحدث أثرًا ملموسًا في جودة التجربة ومؤشرات الأداء الرئيسية على حد سواء.

وفي هذا الصدد، أطلقت موبايلي منصة متقدمة لإدارة الاستبيانات مزودة بلوحة متابعة آنية لرصد انطباعات العملاء عبر التجارب الحيوية مثل التجوال والفوترة، مما وفر رؤى دقيقة مكنت من اتخاذ قرارات سريعة ومدروسة أدت إلى تحسين مستويات الرضا وتعزيز سرعة الاستجابة لملاحظات العملاء. وبالتوازي مع ذلك، شملت مبادرات إعادة تصميم التجارب الجوهرية نطاقًا واسعًا من الخدمات، من بينها التجوال، والباقات المفوترة، وباكيت رافي، والباقات مسبقة الدفع، وتقديم الخدمات والألياف الضوئية المنزلية، حيث ركزت هذه الجهود على تبسيط التفاعلات، وإزالة نقاط التعقيد وتذليل العقبات، ورفع موثوقية الخدمة عبر مختلف نقاط التواصل.

كما طورت موبايلي إطارًا متكاملًا لضمان التجربة وحوكمة الجودة، تضمن تنفيذ أكثر من 75 محاكاة تشغيلية وتحليل 140 حالة متعلقة بتجربة العميل، بهدف منع تكرار التحديات والحفاظ على أعلى معايير الجودة. وأسفرت هذه الجهود عن معالجة أكثر من 100 تحدّي عبر التجارب الرئيسية، وتحسين مستويات الرضا، وتسريع استعادة الخدمة، وتعزيز المواءمة بين تطلعات العملاء ومستهدفات الأعمال.

وفي هذا السياق، تشهد تجربة العميل في موبايلي تحولًا نوعيًا من نموذج تفاعلي يعتمد على الاستجابة، إلى نموذج استباقي يتنبأ باحتياجات العملاء، من خلال تصميم أنظمة وعمليات ومفاهيم تضع العملاء والموظفين في صميم عملية اتخاذ القرار. كما توظف موبايلي تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات والتحليلات المتقدمة لبناء قدرات تمكنها من توقع الاحتياجات، وتسريع وتيرة العمل، وابتكار تجارب أكثر ترابطًا وانسيابية. وتسهم هذه المبادرة - بدءًا من التحول الرقمي وصولًا إلى برامج الثقافة المؤسسية - في إرساء أسس متينة لمؤسسة تعلي من شأن تجربة العميل وتجعلها مؤشرًا رئيسيًا للنجاح.

وبالتوازي مع ذلك، واصلت إدارة خدمة العملاء مسيرتها التحولية إلى مركز ذكي لتجربة العميل مدعوم بتقنيات الذكاء الاصطناعي والأتمتة، حيث يركز هذا النموذج الجديد على مبادئ التمركز حول العميل، وسرعة الاستجابة، والدقة التشغيلية، لضمان أن يتسم كل تفاعل بالوضوح والاتساق وبناء الثقة، بما يعكس طموح موبايلي في الريادة في قطاع الاتصالات وتقديم معايير متقدمة للتميز في تجربة العميل.

خدمة وتجارب العملاء تنمة

تحقيق نتائج ملموسة

سجلت موبايلي خلال عام 2025م تحسناً لافتاً عبر جميع مؤشرات تجربة العميل الرئيسية، وشملت هذه التحسينات زيادة بنسبة 12.0% في درجة الرضا العام عن خدمة الألياف الضوئية المنزلية ضمن مؤشر إدارة التفاعل مع العملاء (TRI*M)، وارتفاعاً بنسبة 2.8% عن المؤشر العام للشركة. كما تحسن مستوى الرضا عن خدمات الدعم الفني بنسبة 2.9%، وارتفع معدل رضا العملاء عن المعاملات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 2.5%. وعلى صعيد الكفاءة التشغيلية، سجلت اتفاقية مستوى الخدمة لخدمة توصيل الأجهزة عبر المتجر الإلكتروني تحسناً ملحوظاً، بمقدار 9 ساعات في المدن الرئيسية و6 ساعات في المناطق الأخرى.

وبالتوازي مع ذلك، حققت إدارة خدمة العملاء تقدماً نوعياً، تمثل في خفض عدد شكاوى العملاء بنسبة تقارب 30%، نتيجة تنفيذ إجراءات تصحيحية موجهة عززت جودة معالجة الشكاوى، وانعكست بشكل إيجابي على الأداء في الحالات المصعدة إلى هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية.

كما سجلت موبايلي معدلات رضا بلغت 93% في مراكز الاتصال، و83% عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و70% في رضا العملاء عن معالجة الشكاوى، فيما بلغت الكفاءة في معالجة الشكاوى ضمن اتفاقيات مستوى الخدمة المتفق عليها إلى 97%. وتؤكد هذه النتائج التزام موبايلي بتقديم تجربة موثوقة وسريعة الاستجابة، وجوده متسقة عبر جميع نقاط التواصل.

وفي مجال التجربة الرقمية، عززت موبايلي ريادتها بحصولها على المرتبة الأولى بين شركات الاتصالات السعودية من حيث زمن الاستجابة للألعاب الإلكترونية، والبث المباشر، وتفاعلات الفيديو، وفقاً للمعايير الدولية للأداء الرقمي، مع تحقيق زمن استجابة يقل عن 30 ملي ثانية، إلى جانب سرعات رفع عالية تدعم العمل عن بعد، ومؤتمرات الفيديو، وصناعة المحتوى. وتأتي هذه النتائج نتيجة لاستثمارات الشركة المتواصلة في تطوير البنية التحتية للشبكة لتحقيق زمن وصول فائق الانخفاض واتصال فوري عالي الكفاءة. كما استثمرت موبايلي حملتها "شبكة سابقة" لتبسيط الضوء على الأثر المباشر لهذه التحسينات في الارتقاء بالتجارب الرقمية في مجالات الألعاب الإلكترونية، والبث، والتطبيقات السحابية، بالتوازي مع فتح آفاق جديدة للاستخدامات الرقمية المتقدمة في قطاعات الرعاية الصحية، والتعليم، والترفيه، والخدمات المالية، دعماً لتعزيز التفاعل الرقمي وترسيخ مكانة المملكة كمركز عالمي للابتكار.

الارتقاء بتجربة العميل

كثفت موبايلي خلال العام جهودها للارتقاء برحلة العميل عبر إطلاق حزمة من المبادرات النوعية التي استهدفت تحسين جودة الخدمة، وتعزيز الوصول الرقمي، ورفع مستويات الرضا عبر التجارب الأساسية ومختلف شرائح العملاء. وفي هذا السياق، أحدثت الشركة تحولاً ملموساً في تجربة معالجة الشكاوى من خلال تنفيذ 9 مبادرات متكاملة أسهمت في توحيد أطر الحوكمة، وتسريع دورة المعالجة، ودمج القنوات الفورية لاستقبال ومعالجة الملاحظات. كما أدى إطلاق منصة صوت العميل، وحلول "العناية الذكية" المدعومة بالذكاء الاصطناعي، وأدوات إدارة جودة الخدمة، إلى رفع مستوى الشفافية وتحسين سرعة الاستجابة بشكل واضح.

وعلى صعيد المبيعات الرقمية، شهدت تجربة البيع والتوصيل تطوراً نوعياً من خلال تفعيل التتبع اللحظي للطلبات، وتأكيد المعاملات باستخدام رمز التحقق لمرة واحدة (OTP)، وجمع ملاحظات العملاء بعد الشراء عبر منصة صوت العميل؛ فيما أسهم توسيع خيارات الدفع والتقسيم، وخدمات استبدال الأجهزة، والالتزام باتفاقيات مستوى الخدمة، في تعزيز سهولة التجربة ورفع القدرة التنافسية.

كما تطورت تجربة الألياف الضوئية المنزلية بفضل التوسع في الأنتمة وتحسين موثوقية الخدمة، مما أسهم في تقليص الانقطاعات وتبسيط إجراءات ما بعد البيع ونقل الخدمة، وعززت عمليات التفعيل الرقمي المحسنة، وتوسيع نطاق تغطية الفروع، وتوحيد معايير التواصل، تقديم تجربة متسقة وعالية الجودة. وفي المقابل، استفاد عملاء الباقات مسبقة الدفع من تحسينات شملت سهولة استخدام التطبيق، وخدمات استبدال الشريحة، وتفعيل الشريحة المدمجة، وتكامل نقل الأرقام، إلى جانب مزايا الشحن التلقائي والدفع المباشر عبر نظام أندرويد، مما عزز الوضوح وسهولة الاستخدام.

كما عززت موبايلي ثقة عملائها واستمرارية العلاقة معهم من خلال تحسين شفافية الفواتير، وتوضيح سياسات الاستخدام العادل وضريبة القيمة المضافة، وتوفير تنبيهات فورية حول الاستهلاك. كما جرى تطوير تجربة التجوال عبر توسيع الباقات وتفعيل تنبيهات الاستخدام اللحظية، مدعومة بأنظمة مراقبة متقدمة، فيما استفاد عملاء باقة راقى بميزة استقبال المكالمات مجاناً في عدد من الدول المختارة. وحظي عملاء باقة راقى والباقات المفوترة بتجربة رقمية متكاملة عبر تطبيق موبايلي، تتيح تفعيل الخدمات والترقية وإدارة الباقات بسلاسة تامة.

وفي مجال دعم العملاء، شملت الابتكارات إعادة إطلاق خدمة إدارة الشكاوى عبر قنوات واتساب والمحادثة الفورية، وإتاحة التتبع الفوري لطلبات الخدمة، وتطبيق نظام "حلقة الملاحظات المغلقة" لاستعادة ثقة العملاء غير الراضين. كما أسهمت إعادة تصميم أنظمة الرد الآلي التفاعلي والمساعد الذكي، إلى جانب التنبيهات الآلية لانقطاعات الخدمة والتواصل المخصص، في تقديم تجربة دعم أسرع وأكثر وضوحاً، تتسم بطابع إنساني يلامس احتياجات العميل.

توظيف التقنية والبيانات

تابعت موبايلي تعزيز منظومتها الرقمية بهدف تقديم تجارب أكثر ذكاءً وسرعة، مع الحفاظ على البعد الإنساني في التفاعل مع العملاء. وأسهمت منصة "الرؤى المباشرة" في رصد انطباعات العملاء بشكل فوري عبر التجارب الأساسية، مما أتاح الاستجابة الفورية للاحتياجات المتغيرة. كما أدت إعادة تصميم منصات الخدمة الذاتية والمبيعات الرقمية إلى تبسيط الإجراءات وتعزيز مستويات التخصيص، مما مكن العملاء من إدارة خدماتهم بانسيابية تامة عبر مختلف المراحل، بدءاً من تسجيل العملاء الجدد وصولاً إلى خدمات ما بعد البيع، بعدد خطوات أقل ومستويات رضا أعلى.

وشهدت تجارب الفوترة والدفع تحسينات ملموسة من خلال دمج محافظ رقمية متعددة وضمان موثوقية أكبر في تنفيذ المعاملات المالية. وفي الوقت ذاته، وفرت أبحاث وتحليلات تجربة العملاء رؤية شاملة لتفاعلاتهم عبر القنوات الرقمية، والفروع، ومراكز الاتصال، مما أتاح استخلاص رؤى استباقية تسهم في توقع الاحتياجات وتقليل التعقيدات وتذليل العقبات عبر مختلف التجارب.

وفي إطار تعزيز أهداف الابتكار الرقمي لعام 2025م، أبرمت موبايلي شراكة استراتيجية مع شركة Valid، الرائدة عالمياً في حلول تقنيات الهوية والدفع، أنمترت عن إطلاق منصة تهيئة الشرائح عن بعد (Remote SIM Provisioning)، التي تمنح المشتركين مرونة وسرعة وأماناً أكبر في إدارة ملفات تعريف الشرائح التقليدية والإلكترونية عن بعد. كما يتيح حل التفعيل عن بعد (OTA) تفعيل أو تبديل ملفات الشرائح دون الحاجة إلى زيارة الفروع، بما يعزز سهولة الاستخدام ويرفع كفاءة الشبكة ومستويات حماية البيانات. وتمتد هذه التقنية لتشمل أجهزة إنترنت الأشياء وتطبيقات الاتصال بين الأجهزة (M2M)، تأكيداً لالتزام موبايلي بتوفير اتصال سلس، ومنظومات رقمية أكثر ذكاءً، وتمكين العملاء عبر مختلف الشرائح والقطاعات.

تجاوز المعايير العالمية

جددت موبايلي التزامها الراسخ بتطبيق أرقى معايير الخدمة العالمية، بحصولها للعام الثاني على التوالي على شهادة الآيزو (ISO 9001:2015) في مجال تجربة العميل، وذلك عقب عملية تقييم دقيقة شملت جودة الخدمات، وإطار الحوكمة المعتمد، وممارسات التحسين المستمر. وجاءت هذه الشهادة تقديرًا لتميز الشركة في مجالات حوكمة تجربة العميل، وضمان الجودة، ومراجعة التجارب، وإدارة صوت العميل، لتؤكد قدرتها على تقديم خدمات موثوقة وعالية الجودة تضع العميل في صميم منظومة العمل، وتبرهن على كفاءة استراتيجيتها للتميز المستدام ورضا العملاء.

وعلى صعيد متصل، نالت إدارة خدمة العملاء في موبايلي شهادة الآيزو (ISO 10002:2018) الخاصة بإدارة شكاوى العملاء، إلى جانب تجديد شهادة "حياك" الصادرة عن الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة. وتعكس هذه المنجزات التزام موبايلي بتقديم تجربة متسقة وعالية الاعتمادية تتمحور حول العميل، وترسخ مكانتها كنموذج مرجعي يحتذى به للتميز في قطاع الاتصالات.

إطلاق منصة تهيئة الشرائح عن بعد عبر شراكة مع شركة Valid

خفض عدد شكاوى العملاء بحوالي 30%

خدمة وتجارب العملاء تنمة

وضع العميل في مقدمة الأولويات

رسخت موبايلي هذا العام التزامها بمبدأ التمركز حول العميل من خلال إطلاق مجموعة من المبادرات النوعية، وتطوير أنظمة متقدمة لاستقبال ومعالجة الملاحظات، وتفعيل برامج مشاركة الموظفين لتعزيز ارتباطهم برؤية الشركة وهدفها في تحسين تجربة العميل. وشهد العام توسيع نطاق جمع الملاحظات الفورية لتغطية التجارب الأساسية، مما مكن الشركة من اتخاذ إجراءات أسرع عبر مركز قيادة التجربة ونظام حلقة الملاحظات المغلقة. وفي هذا السياق، أطلقت موبايلي أكثر من 100 مبادرة استهدفت معالجة تحديات العملاء وتعزيز التجربة عبر مختلف قنوات التواصل.

وكان من أبرز هذه المبادرات برنامج زيارة الفروع الذي يهدف إلى تبسيط القنوات الرقمية وآليات التواصل، عبر دراسة أسباب زيارة العملاء للفروع. وأسفرت مخرجات البرنامج عن رؤى قيمة ساهمت في توضيح وتبسيط المعلومات، مع تعزيز الاعتماد على البدائل الرقمية التي تقلل الحاجة للزيارات الشخصية وتدعم أهداف الاستدامة في موبايلي.

وفي إطار تعزيز ولاء العملاء، أبرمت موبايلي شراكة استراتيجية مع طيران ناس، تتيح لأعضاء برنامج نقاطي تحويل نقاطهم إلى أميال "ناسمايلز"، موسعة بذلك خيارات استبدال النقاط، ومرسخة التزام الشركة بتقديم قيمة مضافة يومية تتجاوز حدود خدمات الاتصالات التقليدية.

واحتفاءً بكوادرها البشرية، واصلت موبايلي من خلال برنامج نجم خدمة العملاء (CS Star) تكريم الموظفين الذين يجسدون التميز في تجربة العميل، بما أسهم في ترسيخ ثقافة الابتكار والمساءلة، وتبسيط الضوء على أفضل الممارسات عبر مختلف الإدارات، تأكيداً على إيمان موبايلي الراسخ بوضع العملاء في صميم عملية اتخاذ القرار.

وبالتوازي مع ذلك، تلتزم موبايلي بتطبيق إجراءات صارمة لحوكمة ومراجعة الأنشطة التسويقية، بما يضمن توافق جميع الحملات مع المتطلبات التنظيمية والمعايير الأخلاقية وقيم الشركة الجوهرية، إذ تخضع كل حملة لعمليّة اعتماد متعددة المستويات تشمل المراجعات القانونية والامتثال وتجربة العملاء، بما يكفل أعلى درجات الشفافية والدقة والنزاهة. وفي حال رصد أي ملاحظات، تفعل الشركة إجراءات واضحة للتصعيد والتصحيح الفوري، تتضمن التقييم العاجل، والتنسيق بين أصحاب المصلحة، والتواصل المباشر مع العميل عند الضرورة. ويضمن هذا النهج سرعة المعالجة والمواءمة المستمرة مع أفضل الممارسات في مجال التسويق المسؤول. وقد توجت هذه الجهود بعدم تسجيل أي حالات تتعلق بتسويق أو إعلان غير لائق خلال عام 2025م.

التطلعات لعام 2026م

تواصل موبايلي في العام المقبل تعزيز مبادئ التخصيص، وإدارة المبكرة للتجربة، والتكامل بشكل أكبر عبر جميع نقاط التواصل مع العملاء، مع التركيز بشكل خاص على تقديم تفاعلات فائقة التخصيص مدعومة بالذكاء الاصطناعي والتحليلات المتقدمة، لضمان أن يكون كل تفاعل ملائماً وسلساً ويحافظ على طابعه الإنساني. كما ستبادر إدارة تجربة العملاء إلى توقع احتياجات العملاء، ورصد التحديات في مراحل مبكرة، ومعالجة المشكلات قبل أن تنعكس على مستويات الرضا.

ولتحقيق هذه الرؤية، تعزز موبايلي تطبيق إطار متكامل متعدد القنوات يوفر تجربة موحدة وعالية الجودة عبر المنصات المادية والرقمية وقنوات الخدمة الذاتية، إلى جانب اعتماد معايير موحدة لتجربة العملاء تمكنهم من الانتقال بانسيابية بين مختلف المنصات مع الحفاظ على تجربة متسقة وموثوقة.

كما ستواصل إدارة خدمة العملاء بناء شراكات استراتيجية مع رواد عالميين لتقديم حلول شاملة تدعم التحول الرقمي، وتعزز التفاعل مع العملاء، وتحقق أقصى قيمة ممكنة لهم. وستسهم هذه المبادرات مجتمعة في ترسيخ ريادة موبايلي في تقديم تجارب ذكية تركز على تلبية تطلعات العملاء، وتسهم في رسم ملامح مستقبل قطاع الاتصالات في المملكة وخارجها.

إطلاق أكثر من 100 مبادرة استهدفت معالجة تحديات العملاء وتعزيز تجربتهم عبر مختلف قنوات التواصل