

تجربة العميل كمسار مهني

دليل الممارس المستجد

المهند السبيعي

الإصدار 1.0 - إبريل 2023

الغلاف من [Flicker](#)

قائمة المحتويات

2.....	تمهيد
4.....	الطلاقة باللغة الانجليزية 🧠
4.....	رحلة التعلم (الجانب النظري) 📖
7.....	رحلة الممارسة (الجانب العملي) 👤👤
7.....	جهة العميل أم جهة الوكالة 😞
8.....	ابني شبكة من المعارف في المجال 🕸
9.....	المهارات الناعمة المطلوبة 🦩
10.....	ابحث عن مرشد 🔍
11.....	ابقى على الاطلاع 😊
12.....	قائمة (To-do) لأول سنتين 🗓
13.....	الملحقات
13.....	الملحق أ: كتب أنصح بها
15.....	الملحق ب: دورات وشهادات مهنية
17.....	الملحق ج: مدونات اختصاصية
17.....	الملحق د: بودكاست
18.....	الملحق هـ: جمعيات/مجتمعات اختصاصية
19.....	الكاتب في سطور

تمهيد

تغيير المسار المهني قرار جريء لكنه ليس بالسهل لأنه يقذف بصاحبه خارج منطقة الراحة. أحبيك وأشد على يديك، فاستكشاف مسارات مهنية مختلفة أمر محمود خصوصا في السنوات الأولى بعد التخرج، أو عندما لا تكون على يقين بأنك في المسار الصحيح.

تذكر أنك لا تستطيع التنبؤ أي المسارات المهنية ستكون أنسب لحقية مهاراتك و نمط شخصيتك ... فاستمر بالاستكشاف حتى تجد ضالتك. واطمئن فأغلب الممارسين في المجال لم يحصلوا على تعليم أكاديمي مرتبط مباشرة بالتخصص، لأنه لا يوجد هناك درجة بكالوريوس تحمل اسم التخصص^[1].

اطمئن **فكل ميسر لما خلق له**؛ عملي في مجال الأبحاث التسويقية كان بطاقة دخولي لمجال تجربة العميل بحكم علاقته (بقياس التجربة)، أما دراستي الأكاديمية^[2] فليس لها علاقة مباشرة بكلا المجالين. والأحداث التي صادفتها في دربي وكنت أراها مصائباً أدركت لاحقا بأنها فوائد.

عليك بالسعي والأخذ بالأسباب، لأن أفعالنا لوحدها لا علاقة لها بالمرجات. وكثير مما يهمننا ونود تغييره لا يقع في دائرة تأثيرنا رغم أننا في أحيان كثيرة نعيش وهما بأننا نسيطر على كل شيء.

سواء كنت مقبلاً على اتخاذ قرار العمل في مجال تجربة العميل أو كنت قد بدأت بالعمل به مؤخراً، **سيساعدك هذا الدليل** على ضبط بوصلتك وتحديد اتجاهك لأنني لخصت فيه تجربة شخصية تختصر عليك الكثير من الوقت والجهد ... أعدك أنك ستستمع في قراءته.

¹ على حد علمي حتى الآن لا يوجد بكالوريوس يحمل اسم التخصص، لكن يوجد جامعتين واحدة في أسبانيا وأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية، تمنح درجة الماجستير في تجربة العميل، وليس المقام ملائماً للتفصيل عن هاتين الدرجتين الأكاديميين.

² بكالوريوس في تقنية المعلومات، تخصص نظم معلومات إدارية MIS

في البداية أقول: كونك أصبحت زميل مهنة فهذا **تشريف** حلت أهلا ووطئت سهلا 😊 ، وبما أنك ستؤثر بسمعة المجال من خلال أطروحاتك وأعمالك فهذا **تكليف** وأمانة ستسأل عنها. لا تخليني نزعل من بعض وخلينا حبايب.

كممارس في مجال تجربة العميل ستلعب دور محامي الدفاع عن العميل -الخارجي والداخلي-، ستقاتل عنهم، ستحاول أقصى جهدك أن تجعل حياتهم أفضل كل يوم وتسعى في تسخير جميع أنواع العقبات التي يحتمل أن يواجهونها^[3].

ستقوم بالتحقق من القيمة (Value proposition) التي يقدمها المنتج/الخدمة للفئة المستفيدة. ستقوم بتدقيق كل نقاط التفاعل/الاتصال التي تحدث بين العميل وبين الشركة ومن خلال جميع القنوات للتأكد من أنها سلسلة، سهلة الفهم (بديهية) ومنطقية لعملائك.

ستسعى جاهدا بأن تكون (تجربة) خدمة العملاء التي سيحتاجها العميل لاحقا حال واجهته مشاكل أو حال كان لديه استفسارات أو مقترحات، تليق بالعملاء من حيث سرعتها ودقتها.

ستسعى باستمرار لمواكبة توقعات العملاء وتقديم خدمات/منتجات تعالج مشاكل أو تلبى احتياجات (لم يلتفت لها أحد) من منافسيك، لتكون تجربة العميل هي معيار التفاضل/التمايز الوحيد الذي ستميز بها خدماتك/منتجاتك عن ما هو متوفر في الأسواق من المنافسين.

ثمة رسائل سامية بين طيات مهامك اليومية، سموها يجب أن يكون وقودا يدفعك وينير دربك ... استعد وشمر عن ساعدك فالتحدي جليل والقادم جميل.

لن يسعفني التفصيل في جميع المهام وسأترك لك مهمة استكشافها، فهي تختلف باختلاف مستوى خبرتك ومنصبك.

³ تماما كما أفعل الآن من خلال هذا الدليل لتسهيل دخولك للمجال/المسار المهني.

ضع في عين الاعتبار بأن قرارك هذا سيتطلب منك أن **تستثمر الكثير من وقتك وجهدك** لتتمكن من تعلم وممارسة المهنة بفعالية. لا أحاول تهويل الأمر عليك أو ثنيك عن قرارك ولكن أحاول ضبط توقعاتك ...

أتحدث عن رحلة قد تمتد من 5 إلى 10 سنوات، أو بحسب نظرية مالكوم جلاذويل في كتابه (Outliers) ستحتاج ما لا يقل عن 10 آلاف ساعة ممارسة في أي مهنة حتى تصل مرحلة الإتقان. وهذه ليست حقيقة مطلقة، فتميزك يتأثر بعدة عوامل منها المصادر التي تنهل منها معرفتك، الأماكن أو المشاريع التي تعمل عليها، سرعة تعلمك، ومستوى جلدك و صبرك ومثابرتك، وكذلك شبكة علاقاتك ...

الطلاقة باللغة الانجليزية

عندما يتواصل معي أحد المهتمين بالمجال، سيكون سؤاله الأول له **(كيف هي لغتك الانجليزية؟)**، وبهذا السؤال سأبدأ معك عزيزي القارئ ذلك لأن معظم المعارف المرتبطة بهذا المجال وربما كل المجالات متاحة باللغة الانجليزية. أما المحتوى العربي ما زال متواضعا، لذلك إن كانت لغتك الانجليزية ضعيفة فاجعل من تحسينها أولوية قصوى وهي ليست بالمهمة الصعبة! ولعلك تضرب عصفورين بحجر من خلال الاطلاع على مصادر إنجليزية في المجال فتحسن لغتك وتتعلم عن المجال في آن واحد.

رحلة التعلم (الجانب النظري)

كحال أي شيء نتعلمه سيكون هناك جانب نظري وآخر عملي نكتسبه من التطبيق في المهنة نفسها. لبناء منظومة معرفية صلبة ينبغي عليك الاطلاع على مصادر معرفية متنوعة وهنا ستكون نصيحتي أن تمضي جزءاً من وقتك في **انتقاء مصادر** فليست كل المصادر مثرية بل إن بعضها مضیعة للوقت ومضلل من الناحية العملية. أعني بالمصادر: الكتب، المقالات، المدونات، الدورات، المقابلات المرئية مع المتخصصين، دراسة حالات ... إلخ.

من المهم جداً أن تضع **خطة تعلم** تخصص لها وقت يومي (روتين ثابت)، قبل وضعها تذكر أن تقرر بشأن: أي من أعمدة إطار عمل إدارة مجال تجربة العميل تريد أن تتعمق به؟ لأن هناك حقيقة لا يمكن غض الطرف عنها وهي أنك لن تتمكن من إتقانها جميعاً ولو أمضيت حياتك المهنية كلها في التعلم والممارسة وذلك بسبب عمقها وكثرة تفرعات كل عمود.

أنصحك أن تتخذ استراتيجية **التعلم الأفقي والعمودي**، أي أن تقوم بتحصيل معرفة أفقية في جميع أعمدة إطار عمل إدارة تجربة العميل، ثم تختار العمود المفضل بالنسبة إليك الذي وجدت به نفسك وتحاول أن تبني به معرفة عمودية عميقة حتى تصل لمرحلة يشار إليك فيها بالبنان ويذكر اسمك فيقال لا يفتى عن كذا وفلان في المدينة.

لا يوجد إجماع على **أعمدة إطار عمل إدارة تجربة العميل** وهناك أطر عمل مختلفة متداولة، لأمنحك فكرة عنها، سأذكر ما تكرر منها في عدة أطر منشورة ومتبعة دون تفصيل:

1. فهم العميل
2. تصميم التجربة
3. قياس التجربة
4. تحسين التجربة
5. ثقافة التمركز حول العملاء

أما بالنسبة لـ **تفرعات مجال تجربة العميل** (سأذكر منها على سبيل المثال لا الحصر): تجربة المستخدم (UX)، تجربة المريض (PX)، تجربة الموظف (EX) تجربة المستفيد/المواطن، تجربة الزائر/السائح (VX)، تجربة الضيف، تجربة الطالب، تجربة المتعبّد، تجربة المتبرّع ... وغيرهم من المستفيدين من الخدمات أو المنتجات.

أثناء رحلتك قد تجد نفسك أو ينتهي بك مطاف المحطات المهنية في أحد هذه التفرعات، فلا تقلق لأن الاختلاف بينها مرتبط بطبيعة الفئة المستهدفة ورحلاتهم إلا أن التقاطع في أعمدة إطار العمل التي ذكرتها أعلاه يكاد يتطابق بينها جميعا.

عندما تتعلم ضع القاعدة التالية (نصب عينيك): "القفزات العملية الكبيرة تأتي من صراع الأفكار، أكثر من تراكم الحقائق" ^[4] النمو الحقيقي يكمن في أن تكون متشككا بمعارفك لا متيقنا بها.

✓ لا تأخذ كل شيء على أنه حقائق مجردة ومسلمات غير قابلة للطعن.

✓ لا تعتمد بشكل كلي على ممارسات متعارف عليها بالمجال، لأن ذلك لن يقودك لأي قفزات

علمية أو عملية كما أنه يعني أنك مسترخ في منطقة الراحة 🧑.

تذكر بأن المجال جديد نسبيا، عمره التقديري لم يتجاوز برأيي الـ 20 سنة، وهذا يعني بأن كل الممارسات قابلة للطعن ولا شيء في المجال فوق النقد لأن المجال برمته ما زال في مرحلة التطور ولم ينضج بعد إذا ما قارناه بمجالات أخرى عمرها أكثر من 50 سنة. فلا تنجرف وراء ما هو متداول ولا يغرنك كثرة السالكين ^[5]. قال Francis Bacon قبل 400 سنة تقريبا: "إذا بدأ الرجل باليقين، فإنه ينتهي بالشكوك؛ ولكن إذا اقتنع أن يبدأ بالشكوك فإنه ينتهي باليقين." ⁶

⁴ مقولة لعالم الفيزياء الأمريكي جون أرتشيبالد ويلر (1911 - 2008)

⁵ مثلا من أكثر المقاييس شيوعا في مجالنا هو الـ (NPS) رغما أن العديد من الشركات لم تجد منه أي فائدة لأسباب مختلفة ومع ذلك ثقافة القطيع جعلته الأكثر رواجاً حتى يومنا هذا بسبب بساطته على حد زعم عشاقه.

⁶ "If a man will begin with certainties, he shall end in doubts; but if he will be content to begin with doubts he shall end in certainties." Francis Bacon (1561-1626) مترجمة بتصرف

رحلة الممارسة (الجانب العملي) 🧑🧑

الجانب النظري لوحده لا يجعل الشخص متمكناً ولا أحد منا يحب أن يطلق عليه ما يقال بالعامية: "حافظ بس مش فاهم"، الخبرة تصقلك وتمكنك من اتخاذ القرار السليم في الوقت السليم رغم اختلاف السياقات التي ستواجهها. كما أن **التعلم من الممارسة فقط غير كاف**.

أما عن الفرص المتاحة فهي كثيرة بحكم تزايد الطلب على المجال وممارسيه في جميع القطاعات (الخاص، العام، الثالث)، وحتى لو لم تتمكن من تأمين فرصة بدوام كامل فحاول أن تبحث عن فرص بدوام جزئي أو فرص للعمل بشكل تطوعي (بدون راتب)، وابحث عن فرص التدريب التعاوني حتى لو لم تقدم ضماناً للعمل بدوام كامل بعد انتهاء التدريب لأن هدفك في البداية هو أن يكون لك موطئ قدم في المجال لتبدأ بالممارسة العملية وتطبق ما تعلمته من نظريات.

جهة العميل أم جهة الوكالة 🤔

إذا كنت تبحث عن فرصة أو كنت على مفترق طرق وواجهك هذا التساؤل: من الأفضل: الفرصة في جهة العميل (Client Side)^[7] أم في جهة الوكالة (Agency side)^[8]؟ جهة الوكالة في بداية أي مسار مهني أفضل لأنها تمنحك خبرة أفقية في جميع أعمدة/تفرعات المجال وتمنحك فرصة العمل على مشاريع في عدة صناعات، لكن بمرحلة معينة عليك أن تتجه للخبرة العمودية وتتعمق في صناعة معينة وهذا يعني أن تتجه لجهة العميل، لأن لكل صناعة ديناميات (Dynamics) ودهاليز وأسواق وعملاء واستراتيجيات مختلفة لن تتمكن من الإلمام بها ما لم تعمل بدوام كامل في الصناعة ذاتها.

⁷ يقصد بها المؤسسات في جميع القطاعات (الخاص، العام & الثالث) والتي تقدم خدمات للجمهور (B2C).

⁸ يقصد بها الشركات التي تقدم خدمات استشارية أو خدمات تصميم للمؤسسات أعلاه (B2B).

كلاهما (سواءً العمل بجهة العميل أم بجهة الوكالة) سيضيف لك، لكن نوع الإضافة سيكون مختلفا، ولا يمنع مطلقا أن تبدأ بأحدهما وتنتقل للأخرى لاحقا (لا على الترتيب) وليس من الضرورة أن تعملوا بكلا النوعين أثناء مسيرتك المهنية، القرار سيعتمد على أهدافك بعيدة المدى.

⚠ تنبيه:

في البداية لا ينبغي عليك أن تكثر كثيرا طالما أنك مستمر في خطواتك وطالما أنك تركز دائما على الخطوة القادمة، لا تسهب في التفكير في المستقبل وركز على الحاضر، وكلما وقعت قف من جديد واستمر فقليل دائم خير من كثير منقطع. ولا تخاف من الأخطاء فهي ليست إخفاق وإنما جزء لا يتجزأ من رحلة التعلم، جرب أكثر وأخطأ أكثر لأنك بالنهاية ستندم كثيرا على الأشياء التي لم تجربها خوفا من الأخطاء المحتملة. الفشل الحقيقي أن لا تجرب وتقع مكتوف اليدين.

ربما تصاب يوما ما بمتلازمة المخادع (Imposter Syndrome) وهي التي تجعلك تشعر بأنك مخادع ومزيف ... اطمئن فهذا طبيعي وهي لا تصيب للأسف إلا المجتهدين والتمكنين أما أولئك المغفلين فلديهم من الثقة ما يعجب له المرء المثقف لأنه كلما ازداد علما ازداد تواضعا وتشككا في معارفه.

✅ **قم بتوثيق إنجازاتك بشكل مستمر** لتكون وقوداً يحفزك، تطلع عليها كل ما خبت شعلتك وكلما شعرت بأنك مزيف ولم تنجز الكثير، وتذكر أن التحول الملموس (العائد على الاستثمار) في تجربة العميل يأخذ وقتا طويلا، أنت تزرع وتسقي فلا تستلم مهما تأخر موسم الحصاد لأن الثمار ستستحق الانتظار والعناء.

✅ **تأمل Reflect** ابحث عن مكان مريح وهادئ وراجع أحداث الأسبوع الماضي، ماذا فعلت، هل فعلته بالشكل الصحيح، هل قمت بتصرفات خاطئة وكيف يمكنك تجنبها مستقبلا، وكيف يمكن أن تقوم بما تقوم به بطريقة مختلفة أفضل. هذا (الروتين) مهم جدا لمساعدتك على أن تكون أفضل نسخة من نفسك ولتحقيق ذلك عليك أن تراجع معتقداتك باستمرار.

ابني شبكة من المعارف في المجال ❖

استثمر في تعظيم رأس مالك الاجتماعي (علاقاتك)، وهنا لا أقصد أن تعرف الناس بالاسم فقط بل تستثمر في علاقاتك معهم وتقابلهم من وقت لآخر فأنت لا تعرف أي من العلاقات سيساعدك بالحصول على فرصة وظيفية أو مشروع عمل.

أنصحك بأن تبحث عن من ينتقد أفكارك وأطروحاتك (نقد بناء وهادف)، ليس عن من يصفق ويهلل لك. كانت جدتي رحمها الله تقول: "افرح لمين يبكيك، لا تفرح لمين يضحكك"، بعد أن تجني فوائد (العقلية المتقبلة المنفتحة) لآراء الآخرين وانتقاداتهم ستدمن هذه العادة، وستبحث عن النصيحة مهما كانت صغيرة ومن أي شخص كان.

أنوه إلى أن العلاقة بين حجم معارفك وقوة علاقتك بهم وبين ازدياد فرصك علاقة طردية (كلما ازدادت الأولى ازدادت الثانية) ففي هذا العالم المتزاحم الفائض بالمشتتات من السهل جدا أن تنسى وتُنسى. فحافظ على علاقتك واستثمر بها وعاملها على أنها استثمارات العائد عليها بعيد المدى.

من الثمار التي ستجنيها على المدى القريب:

- ✓ نقاشات ثرية تتلاقح فيها الأفكار وتصحح بعضها بعضا.
- ✓ مناقشة التحديات والوصول إلى تكتيكات مختلفة لتجاوز التحدي مهما كان صعبا.
- ✓ التعلم من وجهات النظر متنوعة من خلفيات ثقافية ومعرفية وعملية مختلفة.

المهارات الناعمة المطلوبة

لعلك سمعت باختبارات [أنماط الشخصية](#) أو اختبار اكتشاف سمات القوة ([Strengths Finder](#)) هذه الاختبارات تساعد على فهم نفسك بصورة أفضل. إن لم تأخذها من قبل فهي فرصة أن تستكشف ذاتك من خلالها، لا تعول كثيرا على الجانب الذي سيحدد لك أفضل مسار مهني ولكن ركز على نقاط قوتك لتوظيفها بأفضل وجه ممكن في حياتك العملية، سواء كنت ستعمل في تجربة العميل أو أي مسار مهني آخر.

أهم مهارة ناعمة في مجال تجربة العميل هي [التقمص العاطفي](#) ، وذلك يعني امتلاكك لقدرة عالية على معرفة وفهم عواطف الآخرين وتخيل العالم من منظورهم الشخصي. فهمك لعواطفهم لا يعني بالضرورة إظهار الشفقة لهم بل تفهم احتياجاتهم، وكذلك يعني إنصات أكبر (رغبة في فهم دوافع الطرف الآخر) إنصات ليس فقط للكلمات المنطوقة بل وإلى لغة الجسد ونبرة الصوت وملامح الوجه. وفهم وجهات النظر واحترامها رغم الاختلاف معها.

⚠ تنبيه:

إذا أظهرت اختبارات أنماط الشخصية أو اختبار اكتشاف سمات القوة (Strengthsfinder) أنك تتمتع بمهارات تقمص عاطفي منخفضة فلا يعني ذلك بأنك لا تصلح للعمل في هذا المجال، بل يعني أنك تفتقد لمهارة واحدة من حقيبة مهارات متعددة تجعل من عملك في المجال ممتع وفعال أكثر. إذا كنت ترغب بالتعرف على المهارات الأخرى المهمة اطلع على مقالي: [لو كانت تجربة العميل فتاة لتزوجتها](#) ، لا تحكم على المقال من عنوانه .

[إدارتك لوقتك](#) (أعلى مورد لديك) تعتبر من أهم المهارات بغض النظر عن مسارك المهني فتعلم عنها قدر ما تستطيع ولاحظ أنني في الدليل ذكرت كلمة (روتين) عدة مرات، لأنبهك على فكرة خلق عادات مستدامة، الوقت كالسيف إن لم تقطعه قطعك.

ابحث عن مرشد (Mentor)

ضع قائمة بالمتخصصين الذين تريد أن تنهل منهم معرفتك، اقرأ مؤلفاتهم ومقالاتهم وتابعهم على منصات الشبكات الاجتماعية، واشترك بنشراتهم البريدية (إن توفرت)، وتواصل معهم فشفاء العي السؤال^[9].

تواصل معهم طالبا منحك شيئاً من وقتهم، وحتى لو تجاهلك الكثير منهم (فإن بعضهم سيوافق). بحديثك معهم تختصر على نفسك الكثير، وإذا ما ترددت وأخافك شبح الرفض، شاهد هذا [المقطع المرئي](#) لـ ستيف جوبز.

حاول أن تجد **مرشد (مخضرم)** في المجال، والتقي معه بشكل دوري سواءً وجها لوجه أو عن بعد. حتى لو اضطررت أن تدفع له مقابل وقته لأنه ذلك من أهم الاستثمارات في رحلتك المهنية. فإذا وجدته كن له كالمرشد لشيخه. وتأكد دائماً بأنك كلما ازدادت علماً ستزداد معرفتك بجهلك ولن تصل يوماً إلى حد تكفي به بذاتك (self-sufficiency) وسيكون هناك دائماً أشخاص تتعلم منهم.

⚠️ تنبيه:

العديد من المواقع نشرت قوائمًا لقادة الفكر في المجال (الممارسين الأكثر تأثيراً) دون الإفصاح عن أي معايير منهجية أو أسس علمية تم اتباعها لاختيارهم. لا تنخدع بهذه القوائم، هدفها تسويقي بحت ولا يتعدى أن يكون أحد الأساليب المستهلكة في العلاقة العامة (بروباغندا). ينبغي عليك أن تكون انتقائياً ولا تسلم رقبته أو تنهل المعرفة من أي شخص لمجرد أن اسمه وُرد في قوائم قادة الفكر. فليس كل ما يلمع ذهباً! وبالمقابل هناك العديد من قادة الفكر ممن لا يملكون الوقت للتسويق لأنفسهم (تواجههم على الشبكات الاجتماعية ضعيف جداً).

⁹ أي أن الجهل يغلب بالسؤال والتعلم

"تكلم حتى أراك"^[10] 🗨️

بعد أن تعمل لمدة (2-3 سنوات) عليك أن تبدأ باستعراض عضلاتك: تشارك رأيك بمقالات الآخرين، تكتب مقالات أو منشورات قصيرة، تتحدث في مؤتمرات، تشارك في ندوات. كمحصلة أنت تعمل على **بناء علامتك التجارية الشخصية**. تذكر المثل القائل، "البعيد عن العين بعيد عن القلب". فما الفائدة إن كنت فذا ومتمكننا لكن لا يعرف عنك وعن قدراتك أحد؟

كلما شاركت أكثر كلما تحسنت سمعتك بين جمهور الممارسين أو بين من يحتاجون خدماتهم. **احرص على التأثير لا على الشهرة** ولا تتردد من المشاركة بأي شيء مهما كان بنظرك بسيطاً، يبقى طرحه من طرفك فريداً لأن كل إنسان على هذه المعمورة متفرد بميزات لا تتوفر عند غيره. أفضل كتاب يمكن تقرأه في هذا السياق هو كتاب ([Brag Better](#))، أنصحك بقراءته.

⚠️ تنبيه:

لا تستمع للصوت الداخلي السلبي الذي يقول لك "أنت لست جاهزاً بعد!" إن تركته يسيطر عليك فلن تبدأ أبداً وستستمر في تكرار هذه العبارة طيلة حياتك. عقلك الباطن سيقدم لك العديد من الأسباب ليقنعك بأن الوقت لم يحن بعد أو أن التوقيت غير مناسب ... فانتبه لهذا الصوت ولا تلقي له سمعك.

¹⁰ مقولة للفيلسوف اليوناني: سقراط

ابقى على اطلاع 🧐

بعد أن تبني الأساسيات وتعمل لمدة (2-3 سنوات)، خصص وقتاً^[11] تطلع فيه على أحدث التوجهات في المجال، أحدث التقنيات والأدوات. ربما يغنيك الاشتراك في أحد النشرات المتخصصة في نشر أحدث التوجهات عن عناء البحث الشخصي، كما ستستفيد من انضمامك لعضوية بعض الجمعيات المتخصصة (بعضها مجاني، وأخرى مدفوعة) لتبقى على اطلاع بطبيعة الأمور ومجريات الأحداث في المجال^[12].

¹¹ روتين دوري: مرة كل أسبوعين على الأقل.

¹² لا أفضل تحديد أسماء فشهادتي ببعضهم قد تكون مجروحة وقد تكون بآخرين جارحة جداً. استكشف بنفسك واستشير 😊

قائمة (To-Do) مقترحة لأول سنتين

- ☐ ابدأ بالأساسيات: افهم المصطلحات العامة المرتبطة بالمجال، افهم الأعمدة الرئيسية لإطار عمل تجربة العميل ودور كل منها في إدارة التجربة الكلية. وأخيرا إقرأ، ثم إقرأ ثم إقرأ: يمكنك البدء بالكتب التي سأوصي بها في [الملحقات](#).
- ☐ بعد أن تقطف من كل بستان زهرة ويصبح لديك تصور عام عن كل عمود من أعمدة إطار عمل إدارة تجربة العميل، قم باختيار أحد الأعمدة بما يتلائم مع نقاط قوتك ونمط شخصيتك وتعمق به حتى تخرج أفضل ما لديك.
- ☐ إذا وجدت نفسك تميل لفئة محددة من العملاء (أحد تفرعات تجربة العميل)، اقتنص فرصة عمل تتمكن فيها من خدمتهم ثم حاول أن تفهمهم واحتياجاتهم وتوقعاتهم لتتمكن من تصميم وابتكار أفضل التجارب لهم.
- ☐ الميدان يا حميدان: قف على خشبة المسرح حيث يتم تقديم الخدمة / المنتج، وامضي برحلة العميل من الألف للياء، عيونك مفتوحة وآذانك مشطوفة (ومارس الملاحظة فقط) ... ستتعلم الكثير من هذا التمرين البسيط والمهم للأسف من العديد من الممارسين.
- ☐ أعجبتك العملية السابقة؟ ما رأيك بتوثيقها بكل تفاصيلها؟ ابني أول خريطة رحلة عميل خاصة بك، فكر كيف يمكنك الاستفادة من الخريطة لتحسين التجربة، وتعلم أكثر عن خرائط رحلات العملاء كإجراء وليس مجرد أداة أو تمثيل بياني.
- ☐ عد للميدان وهذه المرة تفاعل مع العملاء تحديدا المستأئين منهم، فهم أكبر مصدر للتعلم. لخص ما تعلمته عن توقعاتهم، مخاوفهم، خيبتهم ومقترحاتهم ثم حسن وصمم التجارب على هذا الأساس.
- ☐ تفحص مستهدفات الموظفين (مؤشرات الأداء الرئيسية)، حاول أن تفهم على لماذا يتم مكافئتهم ولماذا يتم معاقبتهم، وافهم العلاقة بينها وبين الأثر السلبي أو الإيجابي على تجربة العميل.
- ☐ تفاعل مع الموظفين (خصوصا المواجهين للعملاء) كما تفاعلت سابقا مع العملاء لتسمع القصة من الطرف الآخر، تعلم أكثر عن الأدوات التي يستخدمونها والصلاحيات التي تم منحها لهم والمعارف التي تم إعطاؤها لهم، هل هي حقا كافية لتقديم تجربة تلبى توقعات العملاء وتليق بهم؟
- ☐ العب دور المحقق كونا مع أحد تصنيفات الشكاوى، حدد أصحاب المصلحة ثم أسألهم سؤالا واحدا (لماذا) تتبع طرف الخيط حتى تصل لجذر المشكلة (المسبب)، ثم قدم مجموعة من الحلول التي تساعد على استئصال هذه المشكلة من جذورها.

الملحقات

المصادر التي اقترحتها أدناه ليست شمولية ولا يعني بأنها الأفضل ولا الوحيدة لكنها هي التي تعرضت لها في سنوات عملي بالمجال كما أنني ركزت على المستوى المبتدئ والمتوسط في المجال، ولمن أراد أن يقترح علي إضافة مصادر أخرى، سأسعد بتواصله معي^[13].

الملحق أ: كتب أنصح بها

بشكل عام أنصحك بتجنب الكتب التي تتحدث عن علامة تجارية محددة إلا لو كانت ضمن الصناعة التي تعمل بها^[14] وإذا أردت توصيات بكتب تتعلق بأحد أعمدة إطار تجربة العميل، فسأسعد بتواصلك لأنني لم أتطرق لها. الترتيب أدناه لا يعبر عن الأهمية.

عنوان الكتاب ^[15]	المستوى	رأي شخصي
Outside in	مبتدئ	يقدم الكتاب دليلاً عملياً لإنشاء شركات تتمحور حول العملاء (منظور من الخارج للداخل). كما يقترح إطاراً عملياً لفهم تجربة العملاء وتحسينها، ويتضمن أمثلة من العالم الواقعي ودراسات حالة لتوضيح المفاهيم الأساسية.
Ten Principles Behind Great CX	مبتدئ	من ألطف الكتب من حيث الأسلوب وسلاسة الفهم على القارئ، المؤلف لخص المجال كله في 10 مبادئ أساسية، ورغم أنه تراجع عن بعض أطروحاته لكن سيبقى الكتاب من الكتب الكلاسيكية التي تستحق من كل ممارس قراءته
Upstream	مبتدئ	يركز الكتاب على حل المشاكل من جذورها ويناقش العديد من دراسات الحالة التي تبين كيف أن العديد من الجهات تبذل أموالها في التعامل مع الأعراض الجانبية للمشكلة بدلا من حلها من جذورها، يفيد الكتاب في جانب تحسين تجربة العميل.
The Service Culture	مبتدئ	من الكتب التي استفدت منها كثيرا في جانب ثقافة التمحور حول العميل، يتميز الكتاب بسلاسة الطرح ووضوح الأفكار

¹³ (معلومات التواصل الخاصة بي) في نهاية هذا الدليل في قسم: [الكاتب في سطور](#).

¹⁴ لأنها لا تظهر من قصتهم إلا الجانب المشرق وقلما تستفيد منها في الجانب العملي، إقرأ دراسات الحالة لكن ليس كتب بأكملها، حتى لا تندم مثلي 😞.

¹⁵ كل كتاب يتضمن رابطاً لأمازون حتى تتمكن من الاطلاع على تقييم ومراجعات من قراءه. رأيي به شخصي ويعتمد على السياق، وقت قرائتي له ومستوى معرفتي وخبرتي وقت قراءته. فبعض الكتب لم تضيف لي الكثير لكن لا يعني ذلك أنها لن تضيف لغيري ممن هم في بداية المسار المهني في تجربة العميل.

عنوان الكتاب ^[15]	المستوى	رأي شخصي
Handbook		
The Ministry of Common Sense	مبتدئ إلى متوسط	رغم أن الكتاب لا يتحدث عن تجربة العميل بشكل مباشر إلا أن أطروحته يجب أن تكون مضمنة في طريقة تفكيرك ومحاكمتك للأحداث من حولك.
X: The Experience When Business Meets Design	مبتدئ إلى متوسط	يقدم هذا الكتاب طريقة جديدة للتفكير عن تقاطع الأعمال والتصميم. ويناقش الكتاب مفهوم "معماري التجارب" ، ويقدم نصائح عملية وأدوات لتصميم وتقديم تجارب عملاء لا تنسى. الكتاب سلس وجميل جدا من الناحية الجمالية
Customer Understanding	مبتدئ إلى متوسط	يركز الكتاب على فهم العميل من خلال خريطة رحلة العميل، وهو أكثر كتاب مفصل عن هذه الأداة كما أنه يناقشها كإجراء لا مجرد تمثيل بياني
Good Services	مبتدئ إلى متوسط	إذا كنت تعمل في القطاع العام فهذا من أفضل الكتب لأن مؤلفته عملت في القطاع الحكومي لسنوات طويلة. يقدم الكتاب العديد من المبادئ التأسيسية المهمة لأي ممارس في جانب الخدمات (الحكومية) وغيرها.
How Hard Is It to Be Your Customer?	متوسط إلى متقدم	يستعرض الكتاب جانب فهم العميل من خلال التركيز على منظور العميل والذي يمكن تجسيده من خلال أداة خرائط رحلة العميل، ويتضمن الكتاب عدة أمثلة.
We're Doing CX Wrong	متوسط إلى متقدم	من الكتب الناقدة للعديد من الممارسات الخاطئة التي توارثها الممارسون بطريقة عمياء، ويقدم الكتاب حولا بديلة مقترحة، هذا النوع من الكتب يجعلك تعيد التفكير في أمور كثير تعلمتها أو طبقته ولم تفهم سبب فشلها
How brands grows	متوسط إلى متقدم	من الكتب التي تساعدك على فهم العلاقة بين تجربة العلامة التجارية وبين تجربة العميل، يسمى البعض مجالنا بالتسويق الجديد وهذا الكتاب بجزئيه سيجعلك تفهم سبب هذه التسمية.
Services Marketing	متوسط إلى متقدم	من أعظم الكتب في جانب الخدمات، كتاب أكاديمي من العيار الثقيل ورغم أنه أول إصدار منه نشر عام 1983 إلا أن كل ما ذكر فيه صالح ليومنا هذا
The Experience Economy	متوسط إلى متقدم	كتاب فلسفي ثقيل، يفصل في نظرية تطور القيمة الاقتصادية، وكيف أن كل شركة عبارة عن مسرح له جمهور (العملاء) ويتطرق في تفصيل أهمية خلق تجارب هادفة لا تُنسى، ويتضمن الكتاب عشرات الأمثلة ودراسة الحالات.
Clued in	متوسط إلى متقدم	كتاب سيأخذك في رحلة تاريخية عن مجال تجربة العميل ونشأته، كتبه أحد قادة الفكر في المجال وهو من أقدم الممارسين (الأحياء) حتى الآن.
Emotional Design	متوسط إلى متقدم	يقدم الكتاب رؤى حول كيف يمكن للمصممين إنشاء منتجات وتجارب لها صدى لدى المستخدمين على مستوى أعمق. يقدم منظورا فريدا للعلاقة بين التصميم والعاطفة ، ويوفر إرشادات عملية لإنشاء منتجات وتجارب جذابة عاطفياً.

الملحق ب: دورات وشهادات مهنية

يجدر التنبيه أنه لا يوجد دورة شمولية واحدة ستعلمك كافة أبعاد المجال (فعليك أن تضبط توقعاتك)، لست ممن يحبون وسم أسمائهم في لينكدإن بأسماء الشهادات لكن ذلك لن يمنعني من التفصيل بتجرد عن آرائي الشخصية^[16]. الترتيب أدناه لا يعبر عن الأهمية.

اسم الشهادة	الجهة المانحة	تفاصيل أكثر
CCXP	CXPA	الأكثر شهرة من حيث الصيت، وهي شهادة تحصل عليها إن اجتزت اختبار (وليست دورة تنتهي باختبار)
Mastering CX Mapping CX Innovating CX	Forrester	ثلاثة دورات تعليم عن بعد مع مجموعة (cohort-based)، وتعتبر الجهة المانحة من أبرز الجهات في إجراء ونشر الأبحاث ودراسة الحالات في المجال. يعييبها كلفتها المرتفعة وسبب ارتفاعها هو قوة سمعة العلامة التجارية (Forrester)
عدة دورات	Beyond philosophy	مؤسس هذه الشركة يعتبر من قادة الفكر في مجال تجربة العميل ولا يوجد لدي تفاصيل عن جودة الدورات المقدمة من خلالها
عدة دورات	Shep Hyken	مؤسس هذه الشركة يعتبر من قادة الفكر في مجال خدمة العملاء ومحتوى دوراته جيد لمن لا يوجد لديه سابق معرفة بخدمة العملاء
عدة دورات: هنا محانة هنا	Qualtrics	لديهم دورات متميزة بعضها مجاني، العديد من دوراتهم يروج لنظام إدارة تجربة العميل الخاص بهم (وهذا أبسط حقوقهم)
عدة دورات	Disney institute	والت ديزني مؤسس شركة ديزني يمكن اعتباره الأب الروحي لمجال تجربة العميل، دوراتهم أونلاين وليس لدي تفاصيل عنها
Design Thinking	IBM	من أفضل الدورات المجانية عن التصميم التفكيري وهي بعدة مستويات، تحصل عند اجتياز كل مستوى على شارة (Badge)

¹⁶ الشهادات مؤشر لكفاءة الشخص وليس إثبات/معياري لكفاءته، وإن لم يترافق مع الشهادات خبرة عملية وإنجازات ملموسة فلا قيمة لهذه الشهادات.

اسم الشهادة	الجهة المانحة	تفاصيل أكثر
دورة حضورية	Extraordinary	دورة الحضورية تعتمد بشكل كبير على الممارسة التطبيقية لاكتساب المعرفة ومنهجيتهم قريبة من فكر التصميم التفكير
CX diploma	CX Academy	تم إعداد هذا الدبلوم بالتعاون مع جامعة (Glasgow Caledonian University)، وليس لدي تفاصيل عن جودة محتواها
Understanding CX	Karlstad University	دورة أكاديمية مجانية تعليم عن بعد مع مجموعة (cohort-based)، تتميز بطابعها الأكاديمي، مقدمة من جامعة سويدية عريقة
Experience Economy expert	Strategic horizons	دورة حضورية يقدمها أحد قادة الفكر في مجال تجربة العميل، وهي متقدمة ولا تناسب المبتدئين كما أنها باهظة الثمن.
CX B2B 5-days Masterclass	knights capital	دورة عن بعد مع مجموعة (cohort-based)، يقدمها أحد المخضرمين (العرب) في مجال ابتكار وتصميم الخدمات، جيدة جدا للمبتدئين أو متوسطي الخبرة في المجال ورسومها في متناول الجميع.

الملحق ج: مدونات اختصاصية^[17]

- CX Arabia (موقع عربي): (<https://cxarabia.com/>)
- Harvard Business Review (<https://hbr.org/topic/customer-experience>)
- CX journey (<https://cx-journey.com/blog>)
- Customer Think (<https://customerthink.com/>)
- Customer Experience Magazine (<https://cxm.co.uk/>)
- Forrester (<https://go.forrester.com/blogs/category/customer-experience/>)
- Shep Hyken (<https://hyken.com/blog/>)
- Qualtrics XM Institute (<https://www.qualtrics.com/blog/>)
- Customer Experience Matters (<https://experiencematters.blog/>)
- MyCustomer (<https://www.mycustomer.com/>)
- Smarter CX by Oracle (<https://blogs.oracle.com/cx/>)
- Customer Experience Update by Walker (<https://cx.walkme.com/>)
- Experience Investigators (<https://experienceinvestigators.com/blog/>)
- Temkin Group (<https://experiencematters.blog/>)
- Customer Bliss (<https://www.customerbliss.com/blog/>)
- HubSpot Customer Experience (<https://blog.hubspot.com/service/>)
- SuperOffice (<https://www.superoffice.com/blog/customer-experience/>)
- CX Network (<https://www.cxnetwork.com/cx-experience>)

الملحق د: بودكاست

أعتذر منك فذاكرتي بصرية (ليست سمعية) وهذا لا يجعلني والبودكاستات أصدقاء، لكن أعدك بإدراج أي مقترحات تحت هذا الملحق. -بانتظار تواصلك ومقترحاتك-

¹⁷ الترتيب لا يعبر عن الأهمية.

الملحق هـ: جمعيات/مجتمعات اختصاصية^[18]

اسم الجهة	الوصف
CXPA	الأقدم والأكثر شهرة، اشتركت بها لبضعة سنوات ثم ابتعدت عنهم عندما شعرت بأنهم أصبحوا تجاريين بشكل مبالغ فيه، هم مانحين شهادة CCXP. وقاموا مؤخراً بنشر أول دليل معرفي للمجال.
wXo	مجموعة متخصصة أكثر في جانب تصميم واقتصاد التجارب، العديد من روادها خلفياتهم مرتبطة بصناعة الترفيه، محتوى العضوية المدفوعة قيم بسبب تنوع خلفيات الأعضاء.
XM Pros	المؤسس السابق لـ CXPA قام بتأسيس هذه المجموعة والعديد من أطروحاتهم قيم، هذه المجموعة مرتبطة بشركة (Qualtrics).
Customer Institute	مؤسسة عالمية مستقلة تضع المعايير الذهبية لتجربة العميل، فضلاً عن تسريع التطبيق العملي لممارسات التمرکز حول العملاء من خلال تطوير وتعزيز أفضل الممارسات وإثبات قيمتها للشركات.
CX Accelerator	مجموعة تتفاعل بشكل رئيسي في منصة Slack، ستستفيد بانضمامك لهم (العضوية مجانية) بالتعرف على العديد من الممارسين وستصل للعديد من المصادر القيمة.
Women in CX	مجموعة محصورة على الممارسات الإناث في المجال
جمعية تجربة العميل	على حد علمي، هي أول جمعية عربية (رسمية)، مقرها السعودية وأعضاؤها من الناطقين باللغة العربية، بداية مشجعة في المنطقة أتمنى لها كل النجاح.

¹⁸ الترتيب لا يعبر عن الأهمية.



الكاتب في سطور

المهندس السبيعي

مستشار | كاتب | متحدث | مدرب | مرشد في مجال تجربة العميل

أمثل العملاء وأنقل صوتهم واحتياجاتهم لأساعد مقدمي الخدمات/المنتجات على التأكد من أن ما يقدمونه هو حقا ما يحتاجه العملاء، أصمم التجارب من الصفر أو أعيد تصميمها، أقيم مستوى النضج في ممارسات التمركز حول العميل، وأساعد الشركات على الارتقاء بتجاربها وثقافتها، وأضع أمثل المنهجيات التي تقيس تجربة العميل وتراقب مستوى التزام المنشأة بالوعود التي التزمت بها أمام عملائها مما يحقق الفائدة القصوى لجميع أصحاب المصالح: العملاء، المساهمين.

تابعني

[LinkedIn](#) | [Twitter](#)

تواصل معي

[Email](#) | [WhatsApp](#) | [Call](#)

اعزمني على فنجان قهوة ☕ [من هنا](#)

فقربحتي تفيض حينما يفيض دمي بالكافيين

أنت رائع أن منحتني كل هذا الوقت، فالك التوفيق وشكرا بحجم السماء 🙏

تم بتوفيق الله في إبريل 2023

تبع ... づゝ