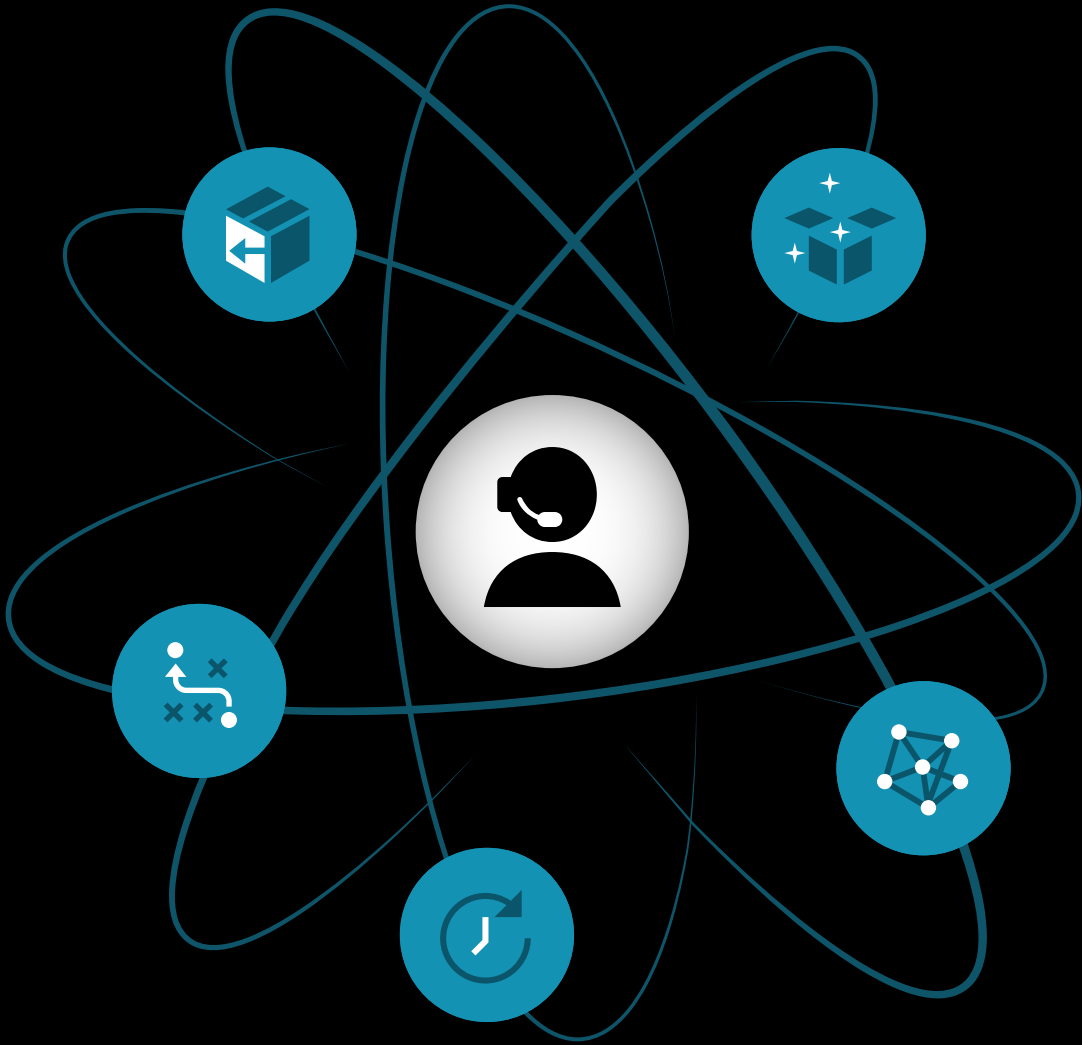


خمسة مكونات لإشعال الخدمة دائمًا



لمن يتم تقديم ذلك

هذا الكتاب الإلكتروني مخصص لقادة الأعمال مثل نواب المبيعات وخدمة العملاء، بالإضافة إلى موظفي الإيرادات والمالية والعمليات والتكنولوجيا الذين:

- يواجهون حجمًا متزايدًا من طلبات العملاء وتوقعات العملاء المتزايدة.
- يرغبون في استكشاف استراتيجيات جديدة لتحسين خدمة العملاء ومراكز الاتصال والخدمة الميدانية.
- يودون معرفة كيفية استخدام الشركات للتكنولوجيا لتمكين العملاء ووكلاء الخدمة الميدانية.

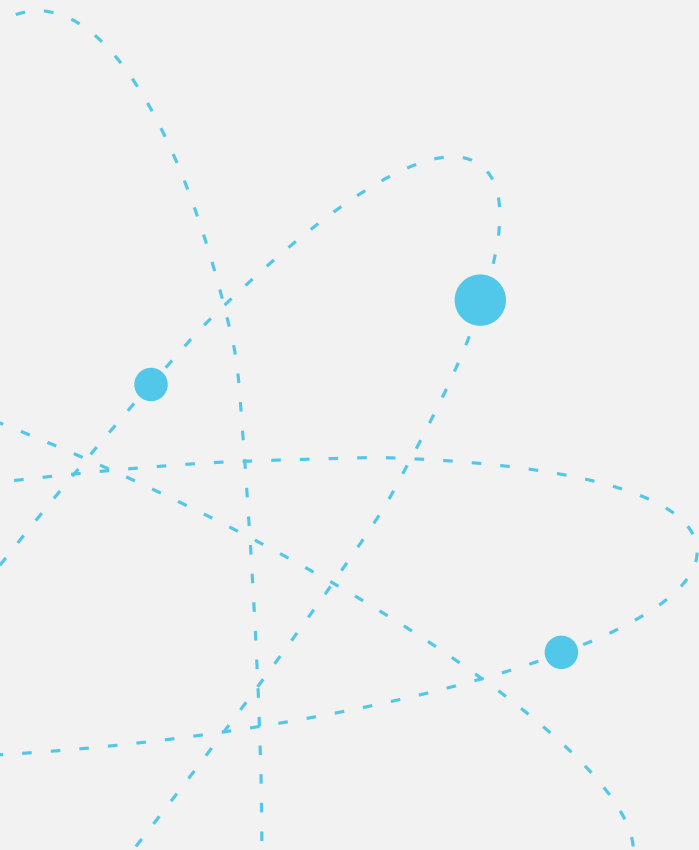
وقت القراءة المقدر: أقل من 6 دقائق





بينما لم يكن لدينا جائحة
لسنوات عديدة، يمكننا أن
ننظر إلى التاريخ لنفترض
أنه ستكون هناك تغييرات
كبيرة دائمة في أذهان
العميل."

بليك مورجان
Forbes



في أعقاب الأزمة، تصاعد التحدي المتمثل في تلبية حجم وكثافة استفسارات العملاء. هناك خمسة مكونات رئيسية يمكن لكل مؤسسة خدمة دمجها لضمان تجارب عملاء ممتازة.

2. تحسين الكفاءة والأتمتة لخفض التكاليف

الصفحة. 9

1. الحفاظ على جودة الخدمة عند زيادة طلبات العملاء

الصفحة. 6

3. دعم الفرق البعيدة للعمل بفعالية

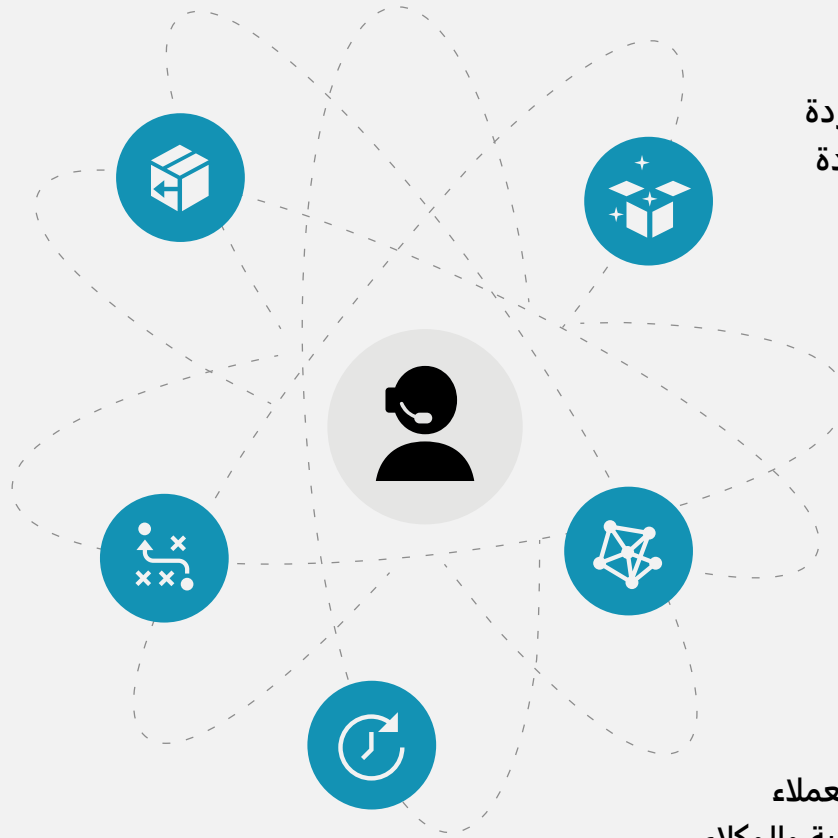
الصفحة. 11

4. تقديم تجارب العملاء المتصلة والمتعاطفة

الصفحة. 12

5. محاكاة خدمة العملاء والخدمة الميدانية والوكلاء الافتراضيين والواقع المختلط لإنشاء تجربة عملاء متصلة

الصفحة. 13



في ذهن العملاء

على مدار العقد الماضي، أصبح التميز في الخدمة عاملاً تمييزاً تنافسياً للعلامات التجارية. ومع ذلك، في أوقات الأزمات، يكون الحفاظ على خدمة عالية الجودة مع ارتفاع عدد الطلبات أكثر صعوبة.

يتوقع العملاء من المؤسسات تقديم خدمة استثنائية على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، بغض النظر عما يحدث داخل مؤسستك أو خارجها. والشركات التي تستجيب بشكل جيد للتحديات الجديدة ستميز نفسها على المدى القصير والطويل. للقيام بذلك، تحتاج إلى التكنولوجيا المناسبة.

قد تميل العديد من مؤسسات الخدمات إلى البحث عن حلول نقاط لمشكلات محددة. وأولئك الذين يختارون الحلول المتكاملة سيكتشفون ميزة فريدة ناتجة عن توليف العديد من العناصر الحيوية. يستكشف هذا الكتاب الإلكتروني كل عنصر من العناصر الخمسة الحاسمة لإطلاق العنان لإمكانات نجاح كل عميل وخدمة ميدانية لكل شركة.

1. الحفاظ على جودة الخدمة عند زيادة طلبات العملاء



تتسابق العديد من الشركات الأمريكية لمواكبة الارتفاع المفاجئ في مكالمات الخدمة. وسيستمر هذا الاتجاه مع ظهور تأثير جائحة عام 2020 في حياتنا واقتصادنا.

تواجه الخدمات المالية والتصنيع ومؤسسات القطاع العام بعضًا من أكبر التحديات. وقد تواجه البنوك، على سبيل المثال، زيادة عدد العملاء الذين يحاولون وضع ترتيبات جديدة لمدفوعات السيارات وبطاقات الائتمان والرهن العقاري. ويتعرض العاملون في الخطوط الأمامية في التصنيع لضغوط للحفاظ على الإنتاج على الرغم من قلة عدد العاملين. وتتلقى مؤسسات القطاع العام أعدادًا قياسية من طلبات البطالة والخدمات الأخرى على بواباتها وفي مراكز الاتصال. وفي العديد من الصناعات، يواجه الوكلاء والفنيون عددًا أكبر من الحالات من العملاء الذين يعانون من الإجهاد والإحباط.

التأثير على مؤسسات الخدمات



لفهم تأثير الأزمة بشكل أفضل على أقسام خدمة العملاء، [أكمل فريق](#) Harvard Business Review في [Tethr](#) (مشروع الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي) دراسة لمليون مكالمة لخدمة العملاء تضم أكثر من 20 شركة تمثل قطاعاً عريضاً من الصناعات.¹ تمت المكالمات بين 11 مارس 2020، عندما أعلنت منظمة الصحة العالمية أن كوفيد-19- جائحة، و 26 مارس 2020 .

صنف الفريق المكالمات حسب مستوى الجهد المطلوب للعميل لتحقيق هدفه (من السهل إلى الصعب). وعلى مدار أسبوعين، شهدت الشركة المتوسطة المشاركة في الدراسة تضاعف نسبة المكالمات الصعبة، من 10 في المائة إلى 20 في المائة.

دور التكنولوجيا



يمكن للتكنولوجيا أن تساعد في معالجة هذه المشكلات. على سبيل المثال، يمكن لأقسام الخدمة أتمتة المهام المتكررة لتوفير وقت ثمين للوكيل. واعتماد العملاء أيضاً على التفاعل مع قنوات الخدمة الذاتية، مثل المداخل وروبوتات الدردشة. وغالباً ما تساعد روبوتات الدردشة العملاء في حل المشكلات الشائعة دون إشراك وكيل مباشر. عند الضرورة، يمكن لروبوت الدردشة توصيل العميل بالوكيل الأنسب لمعالجة المشكلة.

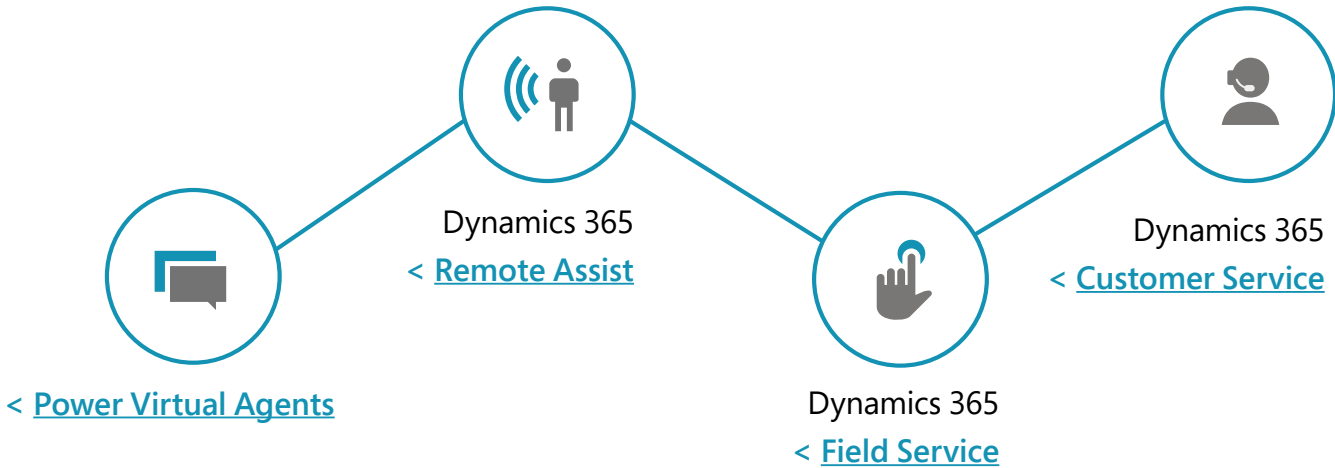
¹"[Supporting Customer Service Through the Coronavirus Crisis](#)"

Harvard Business Review, 2020.

يمكن لإمكانات التحليلات أن تمنح العملاء ووكلاء الخدمة الميدانية نظرة أكثر شمولية للعملاء لاتخاذ قرارات أفضل. وتساعد أدوات التعاون العاملين في الخطوط الأمامية في دعم بعضهم البعض، حتى عندما لا يكونون في المكتب.

تظهر القوة الحقيقية للتكنولوجيا عندما تجتمع هذه الأدوات مع البيانات والأفكار التي تنتقل من وكيل افتراضي إلى وكيل خدمة عملاء إلى فني ميداني، مما يوفر تجربة سلسلة وإيجابية للعملاء.

حلول مؤسسة الخدمة لتلبية الزيادات في طلب العملاء



2. تحسين الكفاءة والأتمتة لخفض التكاليف



على الرغم من أن العديد من الشركات تشهد زيادة في عدد استفسارات العملاء، إلا أن حجم موظفي الخدمة والموارد في معظم الحالات ظل كما هو أو حتى تقلص بسبب تسريح العمال. وقد يستمر هذا الاتجاه لسنوات، حيث تتعامل فرق الخدمة مع الإدارات التي تعاني من نقص الموظفين والميزانيات المحدودة. تكمن الإجابة على هذه المشكلة في الأتمتة.

هناك عدة طرق يمكن للشركات من خلالها تقليل العمل الإداري للوكلاء وإتاحة الوقت للتركيز على العملاء. وتشمل هذه التركيز على أتمتة العمليات مثل:

مهام سير العمل



إدارة المستندات



مراجعة المستندات والموافقة عليها

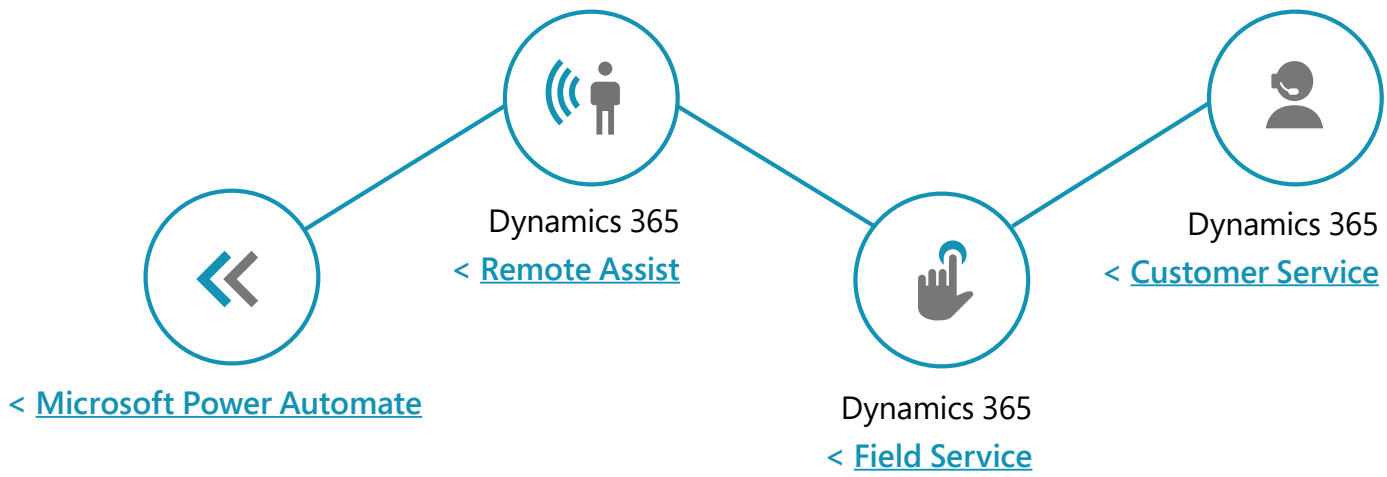


إدارة طلبات الموظفين



من خلال تبسيط الإدارة لعمليات الأعمال المتعلقة بالخدمة، من المرجح أن يكون لدى الوكلاء معلومات دقيقة وخدمة العملاء بشكل أفضل.

حلول الخدمات للأتمتة



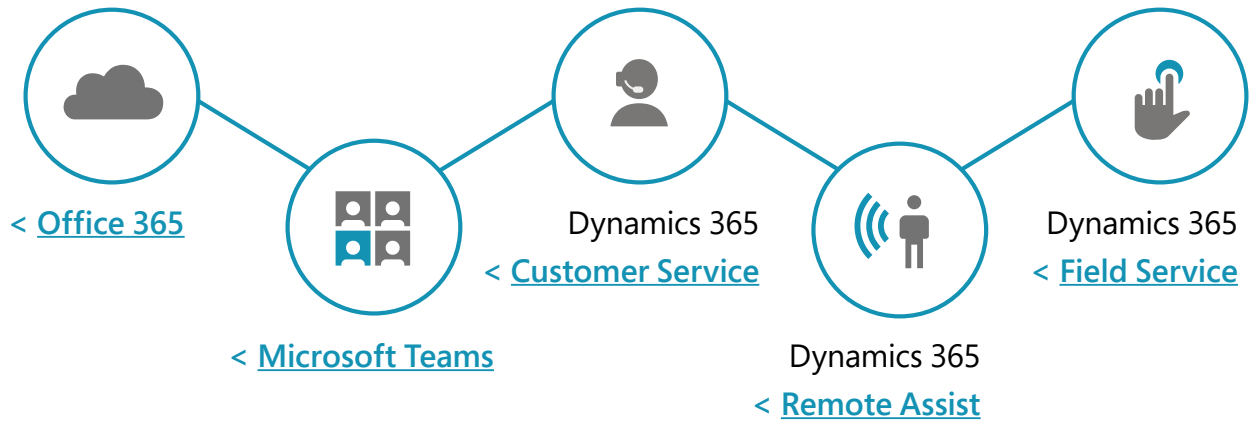
3. دعم الفرق البعيدة للعمل بفعالية



شهدت مؤسسات خدمة العملاء أيضًا تحولاً نحو المزيد من الوكلاء الذين يعملون عن بُعد، وهو اتجاه يتوقع المحللون استمراره. وقد يتطلب المزيد من الوكلاء الذين يعملون عن بُعد زيادة الدعم التكنولوجي، بما في ذلك الاستثمار في التكنولوجيا أو تحديثها للعاملين وتحويل مراكز الاتصال إلى الخدمات المستندة إلى السحابة.

قد تستفيد الفرق التي اعتادت على العمل والتعاون جنبًا إلى جنب من أدوات ومنصات التعاون عبر الإنترنت. وتجعل أدوات التعاون الجيدة البقاء على اتصال وجمع النصائح بطريقة غير رسمية ومخصصة أمرًا سهلًا للموظفين.

حلول الخدمات للعمل عن بُعد



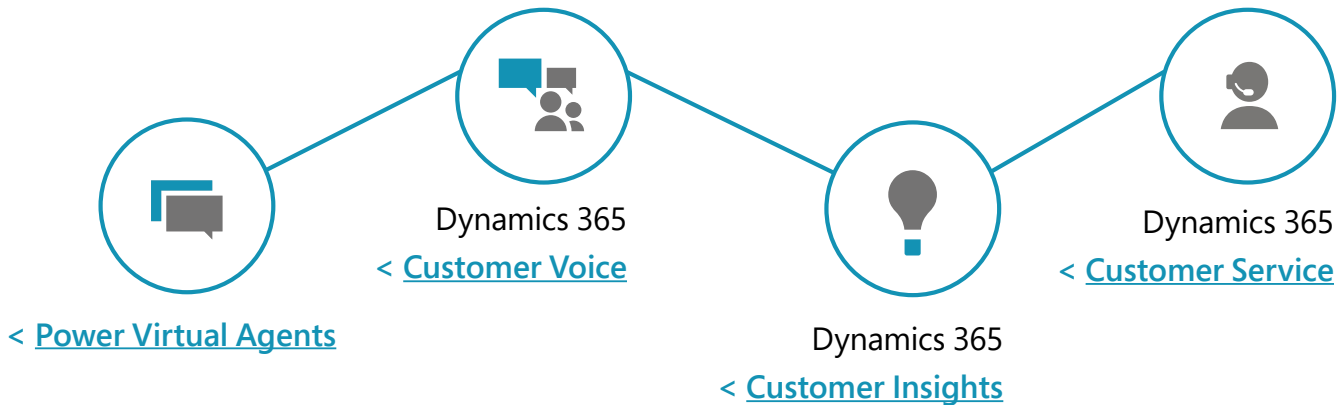
4. تقديم تجارب العملاء المتصلة والمتعاطفة



إن التحول إلى مؤسسة تتمحور حول العملاء يتطلب معلومات عالية الجودة، ورؤى حول العملاء، وتطبيقات خدمات متكاملة لخلق مشاركة أكثر تخصيصًا عبر رحلة العميل. ومن خلال تبني نظرة شاملة للعملاء، والجمع بين بيانات المعاملات والرصد والسلوك في الوقت الفعلي، يمكن لمحترفي الخدمة تحديد أفضل الإجراءات التالية وتوصيات المنتج بشكل أفضل.

تقوم المؤسسات أيضًا بدمج رؤى العملاء في العمليات الرقمية. على سبيل المثال، إذا قام أحد العملاء بتسجيل الدخول إلى مدخل خدمة ذاتية، يمكن لروبوت الدردشة الممكن بالذكاء الاصطناعي التعرف على العميل وسحب ملف تعريفه وتحديد المنتج أو الخدمة ذات الصلة باستعلامه. إن امتلاك روبوت دردشة يتعرف على الشخص وسجل الشراء الخاص به هو طريقة رقمية لخلق تجربة إيجابية للعملاء.

حلول الخدمات لتجارب العملاء المتعاطفين



5. محاذاة خدمة العملاء والخدمة الميدانية والوكلاء الافتراضيين والواقع المختلط لإنشاء تجربة عملاء متصلة



عندما يستكشف قادة الخدمات الحلول التكنولوجية، فإنهم غالبًا ما يبحثون عن حل لمعالجة نقطة صعوبة معينة. على سبيل المثال، قد تشتري الشركة منتج وكيل افتراضي لتلبية استفسارات العملاء المتزايدة أو الاستثمار في عرض واقع مختلط لزيادة الإنتاجية للفنيين الميدانيين وموقع التصنيع، وتقليل الحاجة إلى سفر الخبراء، وتمكين حل المشكلات بشكل أسرع.

تكمن مشكلة هذا النهج في أن حلول النقاط تفتقر إلى العنصر الحاسم لنجاح الخدمة: التكامل عبر جميع التطبيقات في رحلة العميل.

جعل التكامل الأساس



توفر الشركات التي تستخدم حلول النقاط عملاً إضافيًا لوكلائها، الذين يجب عليهم التنقل عبر أنظمة متعددة لمشاهدة جميع أنشطة العميل عبر القنوات. ويوفر الحل المتكامل للوكلاء صورة كاملة للعميل، مما يمكنهم من تقديم خدمة سريعة ومخصصة.

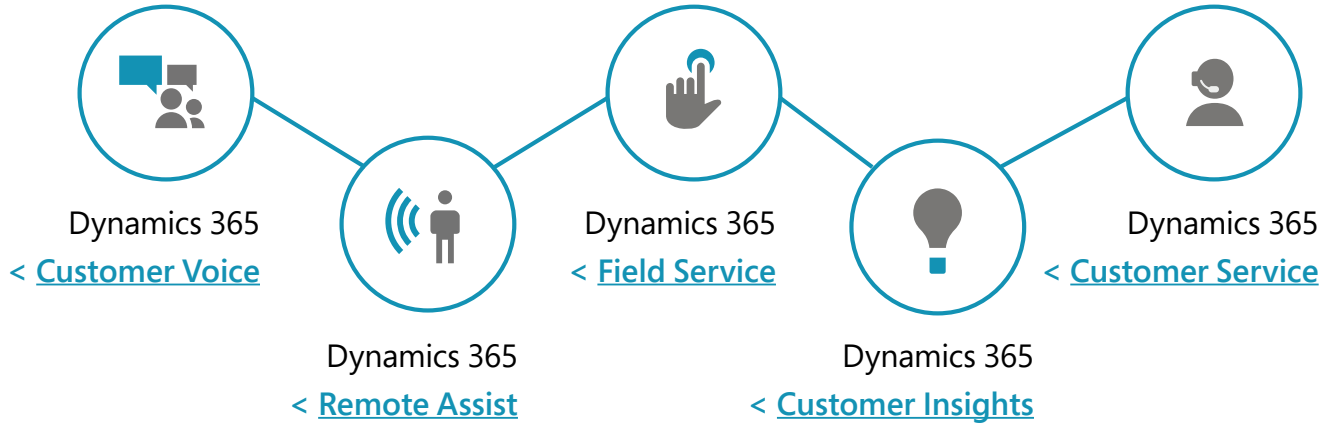


كما أن أعباء حل النقاط تثقل كاهل الوكلاء بالمهام الإدارية التي يمكن أن يؤديها الحل المتكامل بشكل تلقائي. على سبيل المثال، يمكن للحل المتكامل أن يجمع بين مختلف جوانب الدعم عبر الهاتف، مثل إنشاء التذاكر تلقائياً، وتسجيل المكالمات، ووثائق محفوظات العملاء، بحيث يمكن للوكلاء التركيز على تفاعلات العملاء.

كما أن العمل باستخدام حل متكامل يمنح المديرين رؤية أفضل لأداء إداراتهم والوكلاء الأفراد، مما يمكن أن يساعد في تحديد أهداف التدريب والتوجيه.

يجب أن تبدأ مؤسسات الخدمات، على الأقل، ببعض الحلول المتكاملة. يعمل العمل مع نظام أساسي كامل من الحلول المتكاملة على الجمع بين نقاط القوة في كل حل إلى مستوى جديد من الأداء.

حلول خدمة D365



الخطوات التالية

لم يعد بإمكان مؤسسات الخدمات مقارنة مستويات الخدمة الحالية بتلك التي كانت موجودة في الماضي. ويتفاعل العملاء مع مئات الموردين كل شهر. كما تفعل، إنها تقارن عملك ليس فقط مع أدائك السابق، ولكن أيضًا مع كل شركة أخرى تتفاعل معها - داخل وخارج مجال عملك.

يقدم واضعو المعايير في قطاع واحد، مثل البيع بالتجزئة، مستويات الخدمة التي يتوقعها العملاء من كل شركة. ويعني هذا أن محترفي الخدمة يحتاجون إلى كل ميزة ممكنة لتلبية توقعات العملاء وتقديم خدمة عالية الجودة.

يمكن أن يساعد الحل التكنولوجي المتكامل الصحيح في تلبية احتياجات تصعيد استفسارات العملاء باستخدام موارد محدودة. ومن خلال اعتماد حل متكامل، يمكن أن تتدفق المعلومات المتعلقة بالعملاء طوال رحلة خدمة العميل، مما يجعل تجربتهم أكثر تخصيصًا وملاءمة وإيجابية.

تعرف على المزيد حول كيفية تطوير الإمكانيات الكاملة لفرق الخدمة الميدانية والعملاء في مؤسستك.

تواصل مع مستشار المبيعات

 Microsoft Dynamics 365

حقوق النشر © لعام 2020 لشركة Microsoft Corporation. جميع الحقوق محفوظة. يتم توفير هذه الوثيقة "بالحالة التي عليها". ويجوز تغيير المعلومات والآراء الواردة في هذه الوثيقة، بما في ذلك عناوين URL ومراجع مواقع الويب الأخرى المتاحة عبر الإنترنت دون إشعار. وتقع على عاتقك مسؤولية تحمل مخاطر استخدامه. ولا تمنحك هذه الوثيقة أي حقوق قانونية لأي ملكية فكرية لأي من منتجات Microsoft. يجوز نسخ هذه الوثيقة واستخدامها لأغراض مرجعية داخلية.