



تجربة العملاء والتحول الرقمي

نظرة عامة على سوق المملكة العربية السعودية وانماط الاتجاهات المستقبلية

اتجاهات سوق تجربة العملاء والتحول الرقمي عام 2026 في المملكة العربية السعودية

المملكة العربية السعودية تدخل مرحلة جديدة في تجربة العملاء تركز على النتائج

تتلاقى العوامل المتمثلة في التوسع الرقمي والذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية والمدفوعات وإصلاح القطاع لتشكل سوقًا سريع النمو لمنصات التجارب المتكاملة.

15.6% من الناتج المحلي الإجمالي

قيمة الاقتصاد الرقمي في عام 2025؛ تعادل 15.6% من الناتج المحلي الإجمالي

19.7%

معدل النمو السنوي المركب المتوقع لسوق إدارة تجربة العملاء في السعودية من عام 2025 إلى عام 2032

USD 746.7M

الحجم المتوقع لسوق إدارة تجربة العملاء في السعودية بحلول عام 2032

85%

نسبة المدفوعات الإلكترونية من إجمالي المدفوعات بالتجزئة في عام 2025

99%

انتشار الإنترنت يتيح تقديم الخدمات التي تعتمد على الأجهزة المحمولة في المقام الأول

محركات النمو

- 1 التحول في إطار رؤية 2030
 - 2 الاستثمار في الذكاء الاصطناعي
 - 3 توسيع الخدمات السحابية
 - 4 رقمنة المدفوعات
 - 5 إصلاح القطاع
- إعادة تصميم الخدمات، وإدارة مسار الخدمة، وجودة الخدمة العامة.
- الذكاء الاصطناعي للمحادثات باللغة العربية، ومساعدة الكلاء، والتخصيص، والتحليلات.
- مراكز الاتصال السحابية، وتحديث أنظمة إدارة علاقات العملاء، ومنصات بيانات العملاء.
- التسجيل الرقمي، وبرامج الولاء، ومسارات الخدمة المراعية لمخاطر الاحتيال، والخدمات المالية المدمجة.
- تحتاج قطاعات الحكومة، والخدمات المالية والمصرفية والتأمين، والاتصالات، والتجزئة، والرعاية الصحية إلى برامج تسريع قابلة للتكرار.

نظرة عامة على السوق

تجربة العملاء باعتبارها بنية تحتية رقمية

تتجه المؤسسات السعودية من القنوات الرقمية نحو منصات تجربة متكاملة، تعطي الأولوية للغة العربية، وتستند إلى الذكاء الاصطناعي، وقابلة للقياس.

رحلات متعددة القنوات

ذكاء اصطناعي عربي أولاً

بيانات العملاء

الامتثال والثقة

العمليات المدارة وتتبع القيمة

خارطة الفرص للقطاع

مصرفية

التسجيل الرقمي، والتخصيص، وتجربة العملاء التي تراعي مخاطر الاحتيال، والخدمات المالية المدمجة.

حكومة

تحليلات المستخدمين، مسارات قابلة للتشغيل البيني، جودة خدمة قائمة على المعايير.

التجزئة

البحث عبر القنوات المتعددة، وبيانات الدفع، وبرامج الولاء، وأتمتة الخدمات.

الاتصالات

الرعاية الذاتية عبر شبكات الجيل الخامس، وتبنيات إنترنت الأشياء، ومنصات تجربة العملاء السحابية، والعمليات الطرفية.

الرعاية الصحية

الوصول إلى الرعاية الافتراضية، ومسار رعاية المريض، وتصنيف الحالات، وتحديد المواعيد، والاتصالات المتعلقة بالمتابعة.

يجمع مقدمو الخدمات الفائزون بين الاستراتيجية والمنصات والتوطين والتسليم المُدار لتحقيق نتائج قابلة للقياس.

كيفية الفوز

01 التركيز على النتائج

اربط تجربة العملاء بالهدف المبدول، ومستوى التبني، والإنتاجية، واستبقاء العملاء، والثقة.

02

بناء ذكاء اصطناعي يركز على اللغة العربية

توطين الروبوتات، ومساعدة الكلاء، وقاعدة المعرفة، والحوكمة.

03

حزمة الخدمات المُدارة

التشغيل والتحسين والتدريب وقياس الأداء بعد الإطلاق.

04

إنشاء مسرعات قطاعية

إعادة استخدام مسارات الخدمة في مجالات الخدمات العامة، والقطاع المالي، وتجارة التجزئة، والاتصالات، والرعاية الصحية.

05

لوحات معلومات إثبات القيمة

اجعل الأداء واضحاً لاتخاذ قرارات على المستوى التنفيذي.

تدخل المملكة العربية السعودية مرحلة جديدة في تجربة العملاء تركز على النتائج

يتأثر المشهد العام لتجربة العملاء والتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية بالنطاق الرقمي الوطني والتبني السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية، ورقمنة المدفوعات، ونضج القطاع الحكومي، وتحديث خدمات هذا القطاع.

نظرة على السوق

أصبحت تجربة العملاء CX بمثابة بنية تحتية رقمية: حيث تتطلب المؤسسات الآن رحلات تجربة عملاء متكاملة، وأتمتة تجربة العملاء باللغة العربية كأولوية، وذكاء العملاء، ومنصات سحابية، وخدمات التحول الرقمي.

2026-28

تغيير توقعات المشتريين

يتحول السوق من رقمنة القنوات إلى العمليات القائمة على الذكاء الاصطناعي، وتقديم تجارب قابلة للقياس، والتخصيص المستمر.

5 قطاعات

قاعدة مستخدمي واسعة

تكشف قطاعات الحكومة والبنوك والاتصالات والتجزئة والرعاية الصحية عن احتياجات ملحوظة لتحديث تجربة العملاء في مجالات الخدمات الرقمية والمدفوعات والاتصال والتجارة والرعاية الصحية عن بُعد.

19.7%

توقعات نمو CXM

توقع تقرير سوق صادر عن جهة خارجية أن ينمو سوق إدارة تجربة العملاء (CXM) في السعودية بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 19.7%، ليصل إلى 746.7 مليون دولار أمريكي في عام 2032.

15.6% من الناتج المحلي الإجمالي

مقياس الاقتصاد الرقمي

وفقًا لـ GSTAT وCST، يمثل الاقتصاد الرقمي السعودي 15.6% من الناتج المحلي الإجمالي للمملكة العربية السعودية، ويبلغ حجم سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات 180 مليار ريال سعودي.

الآثار الاستراتيجية

يتعين على الشركات الرائدة في السوق أن تبني استراتيجياتها على أساس نتائج قابلة للقياس لأعمالها، مثل تسريع الخدمة، وتوفير الخدمة الذاتية، وخفض تكاليف الخدمة، وتحسين معدلات الاحتفاظ بالعملاء، وبناء الثقة، وتقديم قيمة ملموسة.

المملكة العربية السعودية مستعدة لتوسيع نطاق تجربة العملاء الرقمية

99%

النسبة المئوية لاستخدام الإنترنت وفقاً لإدارة التجارة الدولية بالولايات المتحدة.

#1

الترتيب في مؤشر تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات لعام 2025، استناداً إلى مؤشر CST.

212%

عدد اشتراكات الهاتف المحمول مقارنة بعدد السكان، وفقاً لمركز الإحصاءات والتعداد (CST).

شبكة 5G

في عام 2025، سزعت المملكة العربية السعودية وتيرة التغطية الوطنية لشبكات الجيل الخامس (5G) من خلال توسيع شبكات المشغلين، ونشر نطاق التردد المنخفض 600 ميغاهرتز، وتنفيذ استراتيجية الطيف الترددي لهيئة الاتصالات والفضاء والتقنية للفترة 2025-2027.

يسهم جاهزية البنية التحتية في توفير تجربة عملاء تعتمد على الأجهزة المحمولة في المقام الأول وتتميز بالاتصال الدائم.

تتمتع المملكة العربية السعودية بمستوى عالٍ جداً من الاتصال بفضل معدلات انتشار الهواتف المحمولة المرتفعة، ونشر شبكات الجيل الخامس 5G، وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تحظى بأعلى التقييمات على مستوى العالم. وفي هذا الصدد، لا تعتمد الخدمات الرقمية في المملكة العربية السعودية على إمكانية الوصول إليها، بل على جودتها.

التأثير على تجربة العملاء: ستكون تجربة جودة الخدمة هي الجبهة الجديدة للمنافسة، وليس الوصول الرقمي بحد ذاته.

تتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتجربة العملاء، والذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية جنبًا إلى جنب

لا تكمن ميزة المملكة العربية السعودية في نوع واحد من التكنولوجيا فحسب، بل في مزيج من الحجم الاقتصادي الرقمي، والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقدرات الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، وإدارة تجربة العملاء.

سوق CXM

**USD
746.7M**

الحجم التقديري لسوق إدارة تجربة العملاء في المملكة العربية السعودية بحلول عام 2032.

الذكاء الاصطناعي والسحابة

USD 2.1B
الذكاء الاصطناعي
بحلول عام 2027

من المتوقع أن يصل الإنفاق على الذكاء الاصطناعي 2.1 مليار دولار في عام 2027. ويُقدَّر الإنفاق على الخدمات السحابية بأكثر من 5 مليارات دولار بحلول عام 2027.

قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

~USD 48B

تبلغ قيمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المملكة العربية السعودية في مايو 2025 أكثر من 4% من الناتج المحلي الإجمالي.

حجم الاقتصاد الرقمي

~15.6% of GDP

ستشكل القيمة المضافة الناتجة عن الاقتصاد الرقمي في عام 2025 نسبة 15.6% من الناتج المحلي الإجمالي.

يزداد الطلب على تجربة العملاء عندما تصبح التوسع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، واعتماد الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، ورقمنة القطاعات استثمارات متعاوضة.

الأثر الأساسي

نمو سوق تجربة العملاء يدخل في التيار السائد

من المتوقع أن يشهد سوق إدارة تجربة العملاء في المملكة العربية السعودية نمواً سريعاً نتيجة لتحوّل التركيز من رقمنة القنوات إلى تنظيم التجربة استناداً إلى البيانات وبدعم من الذكاء الاصطناعي.



معدل النمو السنوي المركب المتوقع للفترة ما بين 2025 و2032. وستعمل اتجاهات النمو على تحفيز الاستثمارات في منصات بيانات العملاء، ومراكز الاتصال القائمة على السحابة، والمساعداات الذكية باللغة العربية، وإدارة تجربة العملاء.

19.7%

أصبحت إدارة تجربة العملاء فئة قائمة بذاتها

وفقاً لشركة فورتنس بيزنس إنسايتس، ستسهم عوامل مثل التحول الرقمي، والدعم الحكومي، والاستثمارات في الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، وتكنولوجيا الحوسبة السحابية، وزيادة حركة السياحة في المملكة العربية السعودية، وتزايد توقعات العملاء، في تسهيل النمو السريع لقطاع إدارة تجربة العملاء CXM في المملكة العربية السعودية.

الذكاء الاصطناعي /
التعلم الآلي

تجربة العملاء السحابية

تعدد القنوات

التحليلات

تتآزر الرؤية والطلب الرقمي والذكاء الاصطناعي

يتحول السوق من الرقمنة إلى تنظيم التجارب.

إن الفرص التي توفرها المملكة العربية السعودية في مجال تجربة العملاء لا تتبع من اتجاه تكنولوجي واحد. بل تنشأ هذه الفرص من التآزر بين أهداف التحول الوطني، والاتصال الرقمي، والاستثمار في الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية، والمعاملات غير النقدية، والتحول في قطاعات الخدمات الرئيسية.

ويؤدي ذلك إلى زيادة الطلب على منصات القنوات المتعددة، والمساعدات الصوتية باللغة العربية التي تعمل بالذكاء الاصطناعي، وطبقات بيانات العملاء، وتحليلات الخدمات، وخدمات التحول المُدارة.

تأثير السوق

أولوية تجربة العملاء

1

التحول في إطار رؤية 2030

ترتبط القدرات الرقمية بالتنوع وجودة الخدمات العامة والقدرة التنافسية الوطنية.

إعادة تصميم الخدمات، وإدارة مسار العملاء، ونماذج التشغيل الرقمية.

2

الاستثمار في الذكاء الاصطناعي

تتوقع ITA أن يتجاوز الإنفاق على الذكاء الاصطناعي 800 مليون دولار أمريكي في عام 2025 و2.1 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2027.

الذكاء الاصطناعي للمحادثات باللغة العربية، ومساعدة الكولاء، والتخصيص، والتحليلات.

3

توسيع السحابة

من المتوقع أن يتجاوز الإنفاق على الخدمات السحابية 5 مليارات دولار أمريكي بحلول عام 2027، مما يتيح إنشاء منصات قابلة للتوسع.

مراكز الاتصال السحابية، وتحديث أنظمة إدارة علاقات العملاء، ومنصات بيانات العملاء.

4

رقمنة المدفوعات

وفقاً للبنك المركزي السعودي، بلغت نسبة المدفوعات الإلكترونية 85% من إجمالي المدفوعات التجزئة في عام 2025.

التسجيل الرقمي، وبرامج الولاء المرتبطة بالمدفوعات، وضوابط مكافحة الاحتيال، وتجربة العملاء في مجال التجارة.

5

إصلاح القطاع

تعمل قطاعات الحكومة والرعاية الصحية والتجزئة والخدمات المصرفية والاتصالات على تحديث طرق تقديم الخدمات.

برامج تسريع مخصصة لقطاعات معينة، مثل الخدمات الحكومية والرعاية الصحية الافتراضية والتجزئة متعددة القنوات.

سيحقق مقدمو الخدمات الأكثر نجاحاً ميزة تنافسية من خلال الجمع بين التكنولوجيا ونتائج قابلة للقياس، مثل تسريع تقديم الخدمات، وزيادة معدلات التبني، وخفض التكاليف التشغيلية، وتعزيز الثقة، وتحقيق التحسين المستمر.

تشهد الخدمات الرقمية الحكومية تطوراً سريعاً

تُظهر نتائج قياس DGA لعام 2025 أن التحول داخل القطاع العام السعودي أصبح يعتمد بشكل متزايد على المعايير والامتثال وجودة الخدمات وتجربة المستخدمين.

#4

الترتيب العالمي للحكومة الإلكترونية المستشهد به من قبل هيئة الحكومة الرقمية.

وفقاً لوكالة DGA، تحتل المملكة العربية السعودية المرتبة الرابعة في تقرير الأمم المتحدة لتطور الحكومة الإلكترونية لعام 2024.

95

تم تطبيق المعايير المحدثة

تشمل المعايير الجوانب الفنية والتنظيمية والتكاملية والتشغيلية، مما يضيف مزيداً من الاتساق على الخدمات الرقمية.

244+

الجهات الحكومية التي تم قياسها

إن التنوع الكبير في الوكالات يستلزم وضع معايير تتعلق بكيفية إدارة الخدمات وعمليات تجربة العملاء.

88.30%

مؤشر قياس التحول الرقمي في عام 2025

وفقاً لهيئة الحكومة الرقمية، ارتفع المؤشر إلى 88.30% مقارنةً بالعام السابق، مما يدل على اتجاه ثابت نحو نضوج التحول الرقمي في الجهات الحكومية.

يُظهر مؤشر التقدم مستوى الاستحقاق المُعلن لعام 2025.

مجالات الفرص المتعلقة بتجربة العملاء في القطاع العام

إعادة تصميم تركز على الكفاءة: ربط جودة الخدمة وكفاءة الإنفاق ومراقبة الأداء بمؤشرات الأداء الرئيسية التشغيلية.

رحلات الخدمات القابلة للتشغيل البيئي: دمج الوكالات، والهوية، والمدفوعات، والإشعارات، وإدارة الحالات.

تحليلات تجربة المستخدمين: قياس مستوى الرضا عن الخدمة، ومواطن الضعف، ومعدل إتمام رحلة المستخدم عبر القنوات المختلفة.

تعيد رقمنة المدفوعات تعريف تجربة العملاء في القطاع المالي

e-transactions 14.6B

عدد المعاملات الإلكترونية في عام 2025، بزيادة
عن 12.6 مليار معاملة في عام 2024. [5]

85%

نسبة المدفوعات الإلكترونية من إجمالي المدفوعات
بالتجزئة في عام 2025. [5]

إشارة رسمية من ساما

أصبح التعامل غير النقدي هو
المعيار الجديد لتجارب التسوق،
مما أدى إلى تغيير دور البنوك من
مجرد تنفيذ المعاملات إلى تقديم
تجارب مميزة.

أفادت مؤسسة النقد العربي السعودي (SAMA) أن المدفوعات
الإلكترونية ارتفعت من 79% من إجمالي المدفوعات الفردية في عام 2024
إلى 85% في عام 2025، مدعومة بأنظمة الدفع الوطنية، بما في ذلك
«مادا» ونقاط البيع (POS) والمدفوعات عبر التجارة الإلكترونية. [5]

79% ← 85%

مع تزايد حجم المعاملات، يتعين على البنوك
ضمان سلاسة عملية التسجيل، وتعزيز الأمان،
وتوفير المساعدة الفورية، وتخصيص الخدمات،
والانساق في تصميم تجربة العملاء عبر جميع
القنوات.

توسع الخدمات المالية
المدمجة نطاق تجربة
العملاء المصرفية
لتشمل منظومات
التجزئة والتجارة.

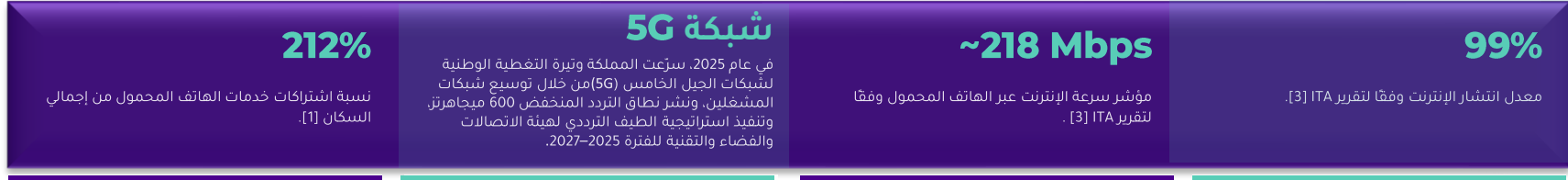
استخدم بيانات الدفع
لتخصيص المحتوى
وتحسين ملاءمته
وزيادة معدل الاحتفاظ
بالعملاء.

تجمع تجربة العملاء
التي تراعي الوقاية من
الاحتيال بين الضوابط
الأمنية وتجارب
المستخدم السهلة.

تعمل عملية التسجيل
الرقمية على تقليل
العقبات مع الحفاظ
على الامتثال للقوانين
والثقة.

الربط والاتصال أصبح منصة تجربة

تتحول شركات الاتصالات من مجرد مزودي خدمات الاتصال إلى مزودي خدمات تركز على الأجهزة المحمولة، وإنترنت الأشياء، والخدمات السحابية، والهويات الرقمية، والخدمات المدارة لتجربة العملاء.



4

البنية التحتية السحابية والحوسبة الطرفية

إن ارتفاع معدل استخدام الخدمات عبر الهاتف المحمول يعني أن تطبيقات الاتصالات والإشعارات والمدفوعات الرقمية والمساعدة التخابية أصبحت الأدوات الرئيسية للتفاعل مع العملاء.

حالة الاستخدام: منصات تجربة العملاء السحابية وعمليات الذكاء الاصطناعي.

3

قنوات الخدمات الذاتية عبر الهاتف المحمول

يضمن الانتشار الواسع لشبكة الهاتف المحمول أن تصبح التطبيقات والإشعارات والمدفوعات الرقمية والخدمات التخابية نقاط الاتصال الرئيسية مع العملاء.

حالات الاستخدام: الخدمة الذاتية، وبرامج الولاء، ومنع فقدان العملاء.

2

اتصال إنترنت الأشياء

تتيح الأجهزة المتصلة لشبكات الاتصالات أن تعمل كبنية أساسية لنقل البيانات في المدن الذكية، والخدمات اللوجستية، ومعدات الرعاية الصحية، وإدارة المرافق.

حالة الاستخدام: التتبع والمراقبة، وتنبهات الخدمة الاستباقية.

1

شبكات الجيل الخامس 5G والاتصالات المتنقلة عالية السرعة

يتيح النطاق الترددي الأوسع لشبكة الهاتف المحمول إمكانية توفير قنوات خدمة ذات جودة أعلى، ودعم الفيديو في الوقت الفعلي، وتقديم الخدمات التي تركز على التطبيقات أولاً، وخدمات ميدانية ذات زمن انتقال منخفض.

حالات الاستخدام: خدمات الفيديو، الدعم الميداني، الفروع المتصلة.

التأثير على تجربة العملاء: أصبحت قطاع الاتصالات العمود الفقري للتجارب عبر القطاعات المختلفة، مما يتيح تقديم خدمات رقمية أكثر ثراءً في مجالات الحكومة، والخدمات المصرفية، والتجزئة، والرعاية الصحية، والمدن الذكية، والخدمات المدارة.

التجارة الإلكترونية تعزز الطلب لتبني نماذج الخدمة متعددة القنوات (Omnichannel)

أطروحة حول تجربة العملاء في قطاع التجزئة

يتحول قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية من المعاملات التي تتم في المتاجر إلى تجارب متصلة تجمع بين البحث عبر الأجهزة المحمولة، والمدفوعات الرقمية، والتجارة الإلكترونية، وبرامج الولاء، وتلبية الطلبات، والخدمات الآلية.

حجم السوق الرقمي الشامل

USD 27.96B

بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية نحو 27.96 مليار دولار أمريكي في عام 2025، بحسب تقديرات ومؤشرات الرصد السوقي لشركة Mordor Intelligence.

لا يزال هناك متسع

6.4%

تبلغ حصة التجارة الإلكترونية 95 مليار دولار أمريكي من إجمالي سوق التجزئة، مما يشير إلى وجود مجال لمزيد من التوسع في قنوات البيع المتعددة.

حجم مبيعات التجارة الإلكترونية

SAR 30.7 (~USD 8.17)Billion

سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية في المملكة نموًا بنسبة 68%، متجاوزة 30 مليار ريال سعودي في أكتوبر 2025، بحسب تقرير البنك المركزي السعودي (ساما).

الاكتشاف

استمتع بتجارب مخصصة على الهاتف المحمول والويب والشبكات الاجتماعية ومنصات البيع.

الدفع

85% من المدفوعات الإلكترونية بالتجزئة توفر تجارب دفع سلسلة وغنية بالبيانات. [5]

الولاء

يمكن أن تُستخدم بيانات المدفوعات والتجارة في عمليات التجزئة والعروض والاحتفاظ بالعملاء.

الخدمة

يساهم الدعم المدعوم بالذكاء الاصطناعي، وإمكانية تتبع الطلبات، وإجراءات الإرجاع، والإشعارات الاستباقية في تحسين جودة تجربة العملاء.

الرعاية الافتراضية تعمل على تحسين تجربة المريض

أصبح التحول في قطاع الرعاية الصحية في المملكة العربية السعودية يتجه بشكل متزايد نحو تسهيل الوصول إلى الخدمات وتوفيرها عبر قنوات متعددة، ويُعد مستشفى «صحة» الافتراضي مثالاً على ذلك..

242+

المستشفيات التي تم دعمها

تفيد وزارة الصحة بأن المستشفى الافتراضي يدعم أكثر من 242 مستشفى عبر شبكة الرعاية الصحية.

48

التخصصات الرئيسية

تشمل التغطية 48 تخصصاً رئيسياً و68 تخصصاً فرعياً، مما يوسع نطاق الوصول الافتراضي إلى الخبرات المتخصصة.

597K+

الطاقة الإنتاجية السنوية

تتجاوز الطاقة التشغيلية 597,000 مستفيد سنوياً، مما يتيح توفير رعاية رقمية على نطاق واسع يمكن قياسه.

3

قنوات التفاعل الرئيسية

تشمل خدمات الوصول للمرضى تطبيق 937 وتطبيق Sehhaty ومنصة X، مما يعزز تجربة العملاء في مجال الرعاية الصحية عبر جميع القنوات.

بفضل مسارات الرعاية الافتراضية والخدمات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، يمكن لمقدمي الرعاية الصحية ضمان تحسين الوصول إلى الخدمات، وتحديد المواعيد، والاستشارات عن بُعد، وتصنيف الحالات، والمتابعة، والتواصل.

فرصة في مجال
تجربة العملاء

إشارة الصحة الرقمية لوزارة الصحة

يحول مستشفى صحة الافتراضي خدمات الأطباء المتخصصين إلى طبقة خدمات رقمية على المستوى الوطني.

وقد وصفت وزارة الصحة مستشفى «سيها» الافتراضي بأنه أحد أهم الإنجازات في مجال تحويل الرعاية الصحية، باعتباره نموذجاً متكاملًا لخدمات الرعاية الصحية الافتراضية.. [6]

التجربة

رحلات رعاية المرضى
المتراصة

الرعاية

الخدمات التخصصية
الافتراضية

الوصول

937 وتطبيق Sehhaty

اتجاهات مشتركة وتجسيديات مختلفة حسب القطاع

رغم تشابه محركات التحول في القطاعات الرئيسية بالمملكة فإن آليات التطبيق والتبني تختلف من قطاع إلى آخر تبعاً للمتطلبات التنظيمية وتجربة العميل ومستوى حساسية البيانات ونموذج التشغيل والخدمة.

الاتجاه	الحكومة	الخدمات المصرفية	الاتصالات	التجزئة	الرعاية الصحية
تجربة العملاء عبر جميع القنوات Omnichannel	الخدمات الموحدة رطلات المستخدمين عبر البوابات الإلكترونية والتطبيقات ومراكز الاتصال وسير العمل في الوكالات.	التطبيق الإلكتروني + الفرع تكامل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومراكز الاتصال والبطاقات والتجار والفرع.	الخدمات الذاتية الدعم عبر التطبيق، والتأهيل الرقمي، وتنبهات الاستخدام، وتنسيق الخدمات الميدانية.	مزيج تجاري ترابط بين المتجر والتطبيق والويب والمدفوعات وبرامج الولاء واستعادة الخدمة.	الوصول إلى الرعاية 937، Sehhaty، الرعاية الافتراضية، المواعيد الطبية، ومسارات المتابعة.
الذكاء الاصطناعي والأتمتة	الخدمات الذكية توجيه الحالات، والتحقق من الأهلية، والإخطارات الاستباقية، وتصنيف الحالات.	المخاطر + الخدمات الكشف عن الاحتيال، ومساعدة الموظفين، واختيار الإجراء الأفضل التالي، والدعم الآلي.	أتمتة عمليات الدعم والتشغيل ذكاء الشبكات، وتوقع معدل تسرب العملاء، وأتمتة خدمة العملاء.	التخصيص التوصيات، والعروض الترويجية، وروبوتات الخدمة، وتوقعات الطلب.	الدعم السريري الفرز الافتراضي، وتوجيه المرضى، وتحديد المواعيد، وتحديد الأولويات التشغيلية.
منصات البيانات	نظرة على المستخدمين تحليلات الخدمات، وقياس الرضا، ومراقبة الأداء.	نظرة شاملة على العميل المدفوعات، والمنتجات، والمخاطر، والشكاوى، ومؤشرات الاحتفاظ بالعملاء.	ذكاء الاستخدام بيانات سلوك المشتركين، وجودة الخدمة، والموقع، وتجربة الشبكة.	بيانات الولاء التجارة، والمدفوعات، والمخزون، والمرنجات، وقيمة العميل على المدى الطويل.	تحليلات المرضى مسارات الرعاية، والوصول عن بُعد، والإحالات، والنتائج، ومعدلات الاستفادة.
الانتقال إلى السحابة	المنصات المشتركة الخدمات القابلة لإعادة الاستخدام، وطبقات التكامل، وقدرات الحكومة الرقمية القابلة للتطوير.	خدمات مصرفية قابلة للتوسع القنوات المرنة، والتسجيل الرقمي، والتحليلات، وعمليات الخدمة المرنة.	EDGE + CORE الحوسبة السحابية وحلول الحافة Edge، وتمكين إنترنت الأشياء، والبنية التحتية للخدمات المُدارة.	مجموعة الحلول الرقمية منصات التجارة الإلكترونية، وأنظمة إدارة علاقات العملاء، وأتمتة التسويق، وأدوات الخدمة.	الرعاية الافتراضية منصات الرعاية الصحية عن بُعد، وأنظمة وصول المرضى، وسير عمل الرعاية الموزعة.
الثقة والأمان	الهوية الرقمية الأمان في الوصول إلى البيانات، والموافقة، والخصوصية، وإدارة البيانات على مستوى الوكالات.	ضوابط مكافحة الاحتيال التوثيق، ومراقبة المعاملات، والخصوصية، وتجربة العملاء القائمة على الامتثال.	القدرة على الصمود والاستمرارية موتوقية الشبكة، والأمن السيبراني، والهوية، واستمرارية الخدمة.	موتوقية المدفوعات الدفع الآمن، وإجراءات الإرجاع، وضمان نزاهة برامج الولاء، وحماية العملاء.	الخصوصية الصحية حماية بيانات المرضى، والإدارة السريرية، والوصول الافتراضي الموثوق.

من المهم الإشارة إلى أنه لا يوجد نموذج واحد يناسب الجميع في مجال تجربة العملاء - فهي عبارة عن بنية تحتية رقمية شاملة يتم تكييفها لتناسب قطاعات معينة.

قراءة استراتيجية

من المشاريع إلى المنصات

تتحول المؤسسات السعودية من المشاريع الرقمية المستقلة إلى منصات تجربة متكاملة تجمع بين جميع جوانب الاستشارات والتنفيذ والعمليات والتحليلات والتحسين.

وضع المشروع

الحلول المحددة والتسليم على مراحل

في الماضي، كانت عمليات التحول تركز على القنوات، أو البوابات الإلكترونية، أو تطبيقات الهاتف المحمول، أو وحدات إدارة علاقات العملاء، أو أتمتة العمليات، حيث كان كل منها يمثل مشروعاً مستقلاً بذاته.



التحول في نموذج التشغيل

وضع المنصة

تجربة العملاء المتكاملة وألحول المُدار

يربط النموذج الأكثر تطوراً بين بيانات العملاء، والخدمة متعددة القنوات، وأتمتة الذكاء الاصطناعي، والحوكمة، والامتثال، والخدمات المدارة، ليشكل منصة قابلة للتكرار تتيح تحقيق نتائج قابلة للقياس على صعيد تجربة العملاء.

1

استراتيجية تجربة العملاء وإعادة تصميم رحلاتها

تحديد مخططات التجربة ومعايير الخدمة والحوكمة ونماذج التشغيل المرتبطة بنتائج قابلة للقياس.

2

مراكز الاتصال متعددة القنوات

دمج خدمات الاتصال الصوتي والدردشة واتساب والتطبيقات والشبكات الاجتماعية والخدمة الذاتية وإدارة الحالات وتحليلات الخدمة.

3

خدمة مدعومة بالذكاء الاصطناعي

استخدم الروبوتات العربية، ومساعدة الموظفين، والتوجيه التنبئي، والتحليلات، مع تزايد الإنفاق على الذكاء الاصطناعي حتى عام 2027.

4

خدمات التحول المُدارة

توفير التشغيل المستمر، والتحسين، والتدريب، والحوكمة، ومتابعة القيمة بعد الإطلاق.

التأثير على السوق: ينبغي على مزودي الخدمة التنافس على أساس النتائج القابلة للقياس في مجال تجربة العملاء والقدرات التشغيلية، وليس فقط على أساس تنفيذ البرامج أو القنوات الرقمية المنفصلة.

التنظيم والتكامل والمواهب هي العوائق الرئيسية

يُعد سوق تجربة العملاء والتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية سوقًا جذابًا للغاية، لكن النجاح في التنفيذ يتطلب معالجة قضايا مثل الامتثال للأحكام التنظيمية، والأمن السيبراني، والتوطين، والأنظمة التقنية القديمة، وقدرات التنفيذ.

الاستجابة التنظيمية

تصميم يتوافق مع المتطلبات السعودية منذ اليوم الأول

تطبيق معايير الامتثال السعودية في مجال الاستضافة، وبنية البيانات التي تشمل الخصوصية منذ التصميم، وإدارة البيانات، والضوابط الموثقة الخاصة بالذكاء الاصطناعي وبيانات العملاء وتدفقات البيانات عبر الحدود.

استجابة الثقة

دمج الأمان في طبقة تجربة العملاء

تعامل مع الهوية، والوصول، والمراقبة، وضوابط مكافحة الاحتيال، والمرونة الإلكترونية كجزء من تجربة الخدمة، وليس كضوابط إدارية داخلية.

مجموعة الحواجز

بالنسبة للجهات العاملة في السوق، لا يتمثل التحدي في خلق الطلب، بل في تقديم الخدمات بصورة موثوقة ومتوافقة مع الأنظمة وقابلة للتوسع.

01: خصوصية البيانات، وتنظيم الذكاء الاصطناعي، ومتطلبات التوطين

02: المخاطر الأمنية الإلكترونية والتجارب الرقمية التي تتطلب ثقة

03: متطلبات المشتريات الحكومية وطول دورات اتخاذ القرار

04: تكامل الأنظمة القديمة عبر القنوات وسير العمل وطبقات البيانات

05: النقص في الكفاءات في مجالات الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، وتحليلات تجربة العملاء، وإدارة التغيير

رد بشأن التسليم

تقليل مخاطر الشراء والتكامل

بناء مراجع محلية، ومنظومات شركاء، ومسرعات قابلة لإعادة الاستخدام، وتحديث قائم على اتجاهات برمجة التطبيقات (API)، وخرائط طريق للانتقال التدريجي.

القدرات والاستجابة

دمج المنصات مع الخدمات المُدارة

استدامة تطبيق المبادرة من خلال التدريب ونقل المعرفة والتحسين المستمر وإدارة عمليات تجربة العملاء، بدلاً من الاكتفاء بتنفيذها لمرة واحدة.

الأثار الاستراتيجية

النموذج الفائز يتسم بالامتثال للمعايير المحلية، ويقوم على التكامل، ويركز على بناء القدرات؛ مما يحول حواجز السوق إلى مزايا تنافسية يمكن الدفاع عنها.

التنافس على نتائج قابلة للقياس في مجال التجربة

يتعين على الجهات الفاعلة في السوق النظر إلى تحول تجربة العملاء باعتباره ممارسة أداءً تستند إلى المقاييس، وليس مجرد نشر للتكنولوجيا أو رقمنة للقنوات أو تحسين لمراكز الاتصال.

القيمة التنافسية الرابحة

استفد من المعرفة المتخصصة في هذا المجال، والأنظمة المتوافقة مع المعايير السعودية، والذكاء الاصطناعي الذي يعتمد على اللغة العربية كأولوية، والعمليات المُدارة لتحقيق السرعة وسهولة التبني وتقليل الجهد وبناء الثقة وعائد استثمار ملموس.

1

التركيز على النتائج

يركز الاقتراحات على مؤشرات الجهد الذي يبذله العميل، ووقت حل المشكلات، ومعدل التبني، ومعدل الاحتفاظ بالعملاء، وتكلفة الخدمة، ومؤشرات الثقة.

النتيجة: دراسات جدوى أكثر وضوحًا ودعم من الإدارة العليا.

2

بناء ذكاء اصطناعي يركز على اللغة العربية

إعطاء الأولوية للذكاء الاصطناعي في المحادثة باللغة العربية، ومساعدة الوكلاء، وأتمتة المعرفة، وإجراءات ضمان الامتثال، وسياقات الخدمة المحلية.

النتيجة: زيادة أهمية الأتمتة وتبنيها.

3

حزمة الخدمات المُدارة

تجاوز مرحلة التشغيل الفعلي لتنتقل إلى مرحلة العمليات المستمرة، والتحسين، والتدريب، والحكومة، ومتابعة القيمة.

النتيجة: قدرة مستدامة ومخاطر تنفيذ أقل.

4

إنشاء مسرعات قطاعية

تطوير مسارات قابلة لإعادة الاستخدام للخدمات الحكومية، والمدفوعات الرقمية، والخدمات الذاتية في مجال الاتصالات، والتجارة بالتجزئة، والرعاية الافتراضية.

النتيجة: نشر أسرع وتمييز أقوى.

5

إثبات القيمة من خلال لوحات المعلومات

اجعل الأداء واضحًا للعيان من خلال لوحات المعلومات التنفيذية التي تربط بين تجربة العملاء والعمليات ومستوى التبني والنتائج المالية.

النتيجة: اكتساب الثقة اللازمة لتوسيع نطاق البرامج وتجديدها.

القيمة التجارية

تكلفة الخدمة، والاحتفاظ بالعملاء، وزيادة الإيرادات، والثقة في الامتثال.

التحول الرقمي

استخدام الخدمة الذاتية، وتفاعل المستخدمين مع التطبيق، والانتقال بين القنوات.

إنتاجية الخدمة

AHT، حل المشكلة من المرة الأولى، اختواء الأتمتة.

الجهد الذي يبذله العميل

معدل الإتمام، العقبات التي تواجه المستخدم، تكرار الاتصال.

مؤشرات لوحة معلومات القيمة

بناء نموذج تشغيلي لتجربة العملاء يركز على تحقيق النتائج

تتضمن الخطوة الثانية ترجمة الفرص السوقية إلى استراتيجية تنفيذ تركز على تنسيق جهود القادة وتحديث المنصات وتوسيع نطاق عمليات الخدمات المدعومة بالذكاء الاصطناعي وإثبات القيمة بشكل مستمر.

1

مواعاة القيادات

90-0 يوماً

تحديد المسارات ورحلات العميل ذات الأولوية وأهداف تجربة العملاء وإطار الحوكمة، وملكية البيانات، ومتطلبات الامتثال، ومقاييس القيمة قبل نشر التكنولوجيا.

النتائج: ميثاق تجربة العملاء التنفيذي، وخطة طريق الرحلة وخط الأساس لمؤشرات الأداء الرئيسية، ودراسة الجدوى (business case)

2

بناء القدرات

9-3 أشهر

تحديث بيانات العملاء، وإدارة علاقات العملاء (CRM)، ومركز الاتصال، والقنوات الرقمية، ووظائف التكامل، وأتمتة المعرفة باللغة العربية في مسارات ورحلات عميل محددة.

النتائج: بناء أساس لمنصة موحدة ومتكاملة، مع إطلاق رحلات العملاء ذات الأولوية الاستراتيجية.

3

التوسع

18-9 شهراً

توسيع نطاق الخدمات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، والخدمات الذاتية، والإشعارات الاستباقية، ومسرعات القطاعات، وسير العمل التشغيلي.

النتائج: تحسن ملموس في معدلات التبني والإنتاجية وحل المشكلات ورضا العملاء.

4

التحسين المستمر

18 شهراً فأكثر

الانتقال من مرحلة التنفيذ إلى مرحلة الأداء المُدَان والتحسين المستمر، والتحليلات المتقدمة، ومراجعات الحوكمة، وإعداد تقارير لوحات معلومات القيمة.

النتائج: التحول المستدام في تجربة العملاء وأدلة على عائد الاستثمار القابل للتجديد.

مبدأ التشغيل

تعامل مع تحول تجربة العملاء باعتباره نظاماً للأداء الخاضع للإدارة، وليس مجرد مشروع رقمي يُنقذ لمرة واحدة، عيّن مسؤولين، وقم بإدارة البيانات، وقم بقياس النتائج، وقم بتكييف الذكاء الاصطناعي مع السياق المحلي، وحسّن رحلات العملاء باستمرار.

أصبحت تجربة العملاء قائمة على الذكاء الاصطناعي وموجهة نحو تحقيق الأثر والنتائج

من المتوقع أن يتحول مسار تجربة العملاء في المملكة العربية السعودية في المرحلة المقبلة من تحديث قنوات التواصل إلى التركيز على العمليات من خلال الذكاء الاصطناعي ونتائج التجربة، مدفوعاً بالتوسع الرقمي على المستوى الوطني، واعتماد الخدمات السحابية، والمدفوعات الرقمية، والتحول الرقمي في القطاع.

تركيز 2026

تحديث القنوات المتعددة

تواصل المؤسسات دمج التطبيقات والبوابات الإلكترونية ومراكز الاتصال وأنظمة الدفع والخدمة الذاتية وسير عمل الخدمات في مسارات أكثر اتساقاً للعملاء والمستفيدين.

أولويات المشتري

إعادة تصميم المسار وإدارة الخدمات

مراكز الاتصال السحابية وتحديث أنظمة إدارة علاقات العملاء

أسس بيانات العملاء والتحليلات

مؤشرات الدعم: مقياس الاقتصاد الرقمي/تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من CST، ونضج DGA، ووصول نسبة المدفوعات الإلكترونية للأفراد إلى 85% وفقاً ل(SAMA)

تركيز في 2027

عمليات الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع

تنتقل تقنيات الذكاء الاصطناعي من مرحلة التجارب التجريبية إلى نماذج التشغيل. مع دمج الأتمتة التخابرية باللغة العربية، ومساعدة الموظفين، والتوجيه التنبئي، والتحليلات في الوقت الفعلي في عملية تقديم الخدمات.

أولويات المشتري

المساعدون الرقميون باللغة العربية وإنتاجية الموظفين

حوكمة الذكاء الاصطناعي وجودة البيانات وضوابط الأمان

الخدمة التنبؤية وحل الحالات ألياً

أدلة داعمة: توقع ITA أن يصل الإنفاق على الذكاء الاصطناعي إلى 2.1 مليار دولار أمريكي، وأن يتجاوز الإنفاق على الخدمات السحابية 5 مليارات دولار أمريكي بحلول عام 2027.

تركيز في 2028

إدارة التجربة المرتكزة على النتائج

أصبحت برامج تجربة العملاء أنظمة أعمال تُدار بشكل مستمر. حيث يتحمل مقدمو الخدمات مسؤولية تحقيق تحسينات قابلة للقياس في مجالات الرضا، ومعدل الاستخدام، وتكلفة الخدمة، ومعدل التحويل، والاحتفاظ بالعملاء.

أولويات المشتري

تجربة لوحات معلومات القيم وإدارة مؤشرات الأداء الرئيسية

التحول المُدار والتصمين المستمر

برامج تسريع الأعمال القطاعية في مجالات الحكومة، والخدمات المالية والمصرفية والتأمين، والتجزئة، والاتصالات، والرعاية الصحية

أساسيات الدليل: توقعات نمو سوق إدارة تجربة العملاء (CXM) ونطاق الخدمات الرقمية الخاصة بقطاعات محددة في كل من DGA و SAMA و MOH

النظرة الاستراتيجية

يتحول السوق من «إطلاق القنوات الرقمية» إلى تشغيل أنظمة تجارب ذكية، حيث يُقاس النجاح بمعدلات التبني والثقة والإنتاجية والاحتفاظ بالعملاء وجودة الخدمة.

تعد المملكة العربية السعودية سوقًا ذا أولوية في مجال تحول تجربة العملاء

الاستنتاج التنفيذي

السوق مستعد لتجربة عملاء قائمة على النتائج، وليس لرقمنة تدريجية.

تمثل المملكة العربية السعودية بيئة تتميز بنطاق رقمي وطني واسع، وتحديث سريع للقطاعات، وترابط عالٍ، واستثمارات متزايدة في الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية، وحاجة ملحة لتجربة عملاء متميزة. وتكمن أفضل الفرص لدى مزودي الخدمات القادرين على دمج الاستراتيجيات والمنصة والتوطين والتنفيذ المُدار بشكل متكامل.

مقياس الاقتصاد الرقمي

أفادت CST أن حجم الاقتصاد الرقمي بلغ 495 مليار ريال سعودي في عام 2024، وهو ما يعادل 15% من الناتج المحلي الإجمالي، إلى جانب حجم سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي بلغ 180 مليار ريال سعودي.

SAR
495B

احتياج واسع النطاق بالتغيير

تُظهر قطاعات الحكومة والبنوك والاتصالات والتجزئة والرعاية الصحية مؤشرات واضحة على التحديث في مجالات الخدمات الرقمية والمدفوعات والاتصال والتجارة والرعاية الافتراضية. [3][4][5][6]

5
قطاعات

زخم نمو CXM

من المتوقع أن ينمو سوق إدارة تجربة العملاء في السعودية بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 19.7% في الفترة من 2025 إلى 2032، ليصل إلى 746.7 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2032.

19.7%

التنافس من خلال نتائج تجارب قابلة للقياس: الذكاء الاصطناعي باللغة العربية، والمنصات السحابية المتوافقة مع المعايير، وذكاء بيانات العملاء، ومسرعات القطاعات، وخدمات التحول المُدارة التي تعمل باستمرار على تحسين معدلات التبني والرضا والكفاءة والثقة.

كيفية تحقيق التميز التنافسي

المصادر الموثوقة المستخدمة في هذا التقرير

يعتمد تقرير النظرة العامة على السوق على المصادر السعودية الرسمية حيثما توفرت، مدعومًا بمنشورات تجارية دولية وأبحاث سوقية التي أجرتها جهات خارجية لتقدير حجم سوق تجربة العملاء CX.

مصادر سعودية رسمية ومصادر من القطاع العام

- [1] Communications, Space & Technology Commission. ICT and digital economy statistics cited in CST media materials, including digital economy value, ICT market scale, ICT Development Index ranking, mobile subscriptions, and data usage. <https://www.cst.gov.sa>
- [4] Digital Government Authority. Digital Transformation Measurement Index 2025 and public-sector digital maturity indicators, including 88.30% index level, 244+ agencies, and 95 standards. <https://dga.gov.sa>
- [5] Saudi Central Bank. SAMA announcement: electronic payments accounted for 85% of total retail payments in 2025, with 14.6 billion electronic transactions. <https://www.sama.gov.sa>
- [6] Ministry of Health. Seha Virtual Hospital information, including hospital network coverage, specialty scope, annual beneficiary capacity, and engagement channels. <https://www.moh.gov.sa>
- [7] Saudi Vision 2030. National Transformation Program and Health Sector Transformation Program strategic context for digital government services, service quality, and healthcare transformation. <https://www.vision2030.gov.sa>


مصادر مرجعية في مجالات السوق والتجارة والتصميم

- [2] Fortune Business Insights. Saudi Arabia customer experience management market outlook, including 2024, 2025, 2032 market sizing and projected CAGR used in the CX market growth slide. <https://www.fortunebusinessinsights.com>
- [3] U.S. International Trade Administration. Saudi Arabia Digital Economy Country Commercial Guide, including ICT sector value, internet penetration, 5G coverage, mobile speed, cloud spending, AI spending, and e-commerce metrics. <https://www.trade.gov>
- [8] Grand View Research. Saudi Arabia customer experience management market outlook reviewed as supporting third-party market context for CX demand and category definition. <https://www.grandviewresearch.com>
- [9] ITU / ICT Development Index context. ICT development benchmarking referenced through official Saudi communications and international ICT ranking context. <https://www.itu.int>

A wide-angle photograph of a city skyline at dusk or dawn. The sky is a mix of orange, yellow, and blue. In the foreground, a large, curved purple shape separates the image from the white text area below. The city features several tall buildings, some under construction with cranes, and a highway with light trails from cars.

Get in Touch

Contact Details

 +966 54 929 9532

 www.x-shift.com

 info@x-shift.com