

## طرق دبي «تعتمد استراتيجية مبتكرة لتطوير تجربة المتعاملين»



دبي - وام

اعتمدت هيئة الطرق والمواصلات استراتيجية تخصصية لتطوير تجربة المتعاملين 2024 - 2028، تهدف إلى تطوير القدرات اللازمة لفهم خصائص ومتطلبات المتعاملين، وتطوير منتجات وخدمات مخصصة ومبتكرة بشكل استباقي، وتوجيه وتحفيز سلوك المتعاملين لتحقيق الفوائد المرجوة لمنظومة التنقل في إمارة دبي.

وقال مطر الطاير، المدير العام ورئيس مجلس المديرين لهيئة الطرق والمواصلات إن استراتيجية تجربة المتعاملين، تتواءم مع خطة دبي الحضرية 2040، الهادفة إلى جعل دبي المدينة الأفضل للحياة في العالم، وكذلك أجندة دبي والخطة الاستراتيجية لهيئة وغايتها في تحقيق السعادة للمتعاملين، إلى جانب التوجهات الحكومية D33 الاقتصادية لإمارة دبي والرؤية الحكومية لدولة الإمارات: «نحن الإمارات 2031».

وأضاف الطاير أن الاستراتيجية الجديدة تساهم في تحقيق رؤية الهيئة «الريادة العالمية في التنقل السهل والمستدام»، من خلال تسخير التقنيات الحديثة، وتدريب الكوادر والكفاءات المواطنة، وتحسين الإجراءات الخاصة بتقديم الخدمات، وتعزيز التركيز على المتعاملين خلال تصميم رحلات متكاملة، مشيراً إلى أن الاستراتيجية هي نتاج مخرجات مختبرات وورش عمل تجربة المتعامل، التي ساهمت في تحديد التوجهات العالمية بشأن تطوير خدمات المتعاملين

وتوقعاتهم المستقبلية، بما يتواءم مع الإطار الاستراتيجي للهيئة وتحقيق رؤيتها في الريادة العالمية.

و سيجري تنفيذ الاستراتيجية من خلال 42 برنامجاً ومشروعاً، تدعم تحقيق أهداف الإمارة المتعلقة بخدمات 360 وكذلك قياس نتائج الاستراتيجية من خلال عدد 20 مؤشر أداء يقيس المخرجات الرئيسة للاستراتيجية، حيث تُعد الهيئة أول جهة حكومية تتبنى هذا النوع من الاستراتيجيات المتخصصة في تطوير تجربة المتعاملين على المستوى الإقليمي. وتضمنت الاستراتيجية ثمانية محاور لدعم تنفيذها وهي: «تقديم تجربة رائدة» وضمان توفير تجارب متميزة للتنقل من خلال توفير قيمة مضافة، والتركيز على العناصر الأساسية للتنقل مثل إمكانية الوصول، والالتزام بالمواعيد، والراحة والسلامة، والسلوك الإيجابي، وكذلك محور «تجربة المتعاملين القائمة على البيانات» عبر الاستفادة من البيانات والتحليلات المتقدمة والتصورات المستقبلية القابلة للتطبيق بهدف توجيه عملية تصميم التجارب وتخصيصها، فيما يأتي محور «ترسيخ ثقافة تجربة المتعاملين في الهيئة» من خلال تعزيز ثقافة تتمحور حول المتعامل لتحفيز الموظفين على تحقيق الوعود التي قطعها الهيئة للمتعاملين بل وتخطيها.

كما تضمن محور «التجارب القائمة على توقع احتياجات المتعاملين ورغباتهم»، استخدام بيانات المتعاملين والتحليلات المتقدمة والذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي لواقع احتياجات المتعاملين ورغباتهم، بينما يتعزز محور «تجربة سلسلة وتفاعلية» بالتواصل المستمر والسلس والتفاعلي على مستوى قنوات التواصل مع المتعاملين والشركاء كافة، مع تدعيم ذلك من خلال إجراءات فعالة ومبسطة.

وشملت المحاور كذلك، «الخدمات المبتكرة»، وذلك من خلال توظيف أحدث التوجهات بصورة متواصلة لتطوير وتحسين الخدمات والتجارب المقدمة إلى المتعاملين، ومحور «تمكين الموظفين»، عبر تزويدهم بالمهارات والكفاءات اللازمة والبيانات والأدوات لتوفير استجابة وحلول سريعة للمتعاملين، بالإضافة إلى محور «التمحور حول المتعاملين الذي تمكنه التقنيات الرقمية» عبر الاستفادة من الخدمات والتقنيات والمنصات الذكية والمرنة في تلبية سرعة احتياجاتهم المتغيرة.

و ضمّت الاستراتيجية 20 مؤشراً لقياس الأداء تتعلق بمحاور تجربة المتعاملين، وذلك لتحقيق عدد من الأهداف من بينها، زيادة الوصول للخدمات وتحسين كفاءتها وتحسين وقت التنقل، وتوحيد تجارب المتعاملين وتحسين ودمج إجراءات جميع بيانات المتعاملين، وتطوير إمكانات رائدة لتجربة المتعاملين، وتطوير خدمات ونماذج عمل مبتكرة، وغيرها من الأهداف التي تستهدف الاستراتيجية تحقيقها.