



جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة المشاريع

أثر التحول الرقمي لشركات الطيران على تحسين تجربة الضيوف: دراسة حالة عن الخطوط السعودية وشركة
لوفتهانزا

إعداد الطالب/ فهد صالح حماد

الرقم الجامعي / 241002317

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد

د. فايز جرّاد

العام الدراسي:

2025 / 2024

الفصل الأول

المقدمة:

شهدت صناعة الطيران تحولات كبيرة على مدار العقود الماضية، حيث انتقلت من كونها مجرد وسيلة نقل إلى قطاع متكامل يعتمد بشكل متزايد على التقنيات الرقمية لتحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية. ومع التطورات السريعة في التحول الرقمي، أصبحت شركات الطيران مطالبة بتبني حلول رقمية متقدمة، مثل التطبيقات الذكية، الخدمات الذاتية، الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، لمواكبة توقعات المسافرين وتحقيق ميزة تنافسية في سوق الطيران العالمي.

يشكل التحول الرقمي أحد العوامل الأساسية التي تساهم في تحسين تجربة المسافرين، حيث أصبح بإمكانهم إتمام إجراءات الحجز، تسجيل الوصول، اختيار المقاعد، والحصول على تحديثات الرحلة من خلال الهواتف الذكية والتقنيات الرقمية الأخرى، مما يوفر لهم تجربة سفر أكثر راحة وسلاسة. وبالرغم من الفوائد العديدة لهذه التقنيات، إلا أن الشركات تواجه تحديات في تنفيذ الحلول الرقمية بطريقة تحقق رضا العملاء وتضمن الكفاءة التشغيلية.

في هذا السياق، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي في شركات الطيران من خلال مقارنة استراتيجيات كل من الخطوط الجوية السعودية ولوفتهانزا، حيث تتبنى كل منهما نهجًا مختلفًا في استخدام التقنيات الرقمية، تحسين خدمات العملاء، وتطوير عمليات التشغيل. سيتم مناقشة مشكلة الدراسة، أهميتها، أهدافها، والتساؤلات البحثية المطروحة، بالإضافة إلى استعراض الإطار النظري الذي تستند إليه الدراسة في تحليل التحولات الرقمية وتأثيرها على المسافرين.

تعريف التحول الرقمي

التحول الرقمي هو عملية استخدام التقنيات الرقمية لتغيير نماذج الأعمال وتقديم قيمة جديدة للعملاء. وفي صناعة الطيران، يشمل ذلك استخدام التطبيقات الذكية، أنظمة الحجز الإلكترونية، التحليلات التنبؤية، والمنصات الموحدة التي تُعزز من تجربة المسافر وتحسن من كفاءة العمليات التشغيلية.

أهداف التحول الرقمي في الطيران

- تحسين تجربة العملاء من خلال خدمات أكثر تخصيصًا ومرونة.
- خفض التكاليف التشغيلية عبر الأتمتة وتقليل التدخل البشري.
- تسريع إجراءات السفر مثل الحجز، إصدار التذاكر، وتسجيل الوصول.
- تعزيز السلامة من خلال أنظمة ذكية تراقب الأداء والجودة.

-التفاعل اللحظي مع المسافرين عبر تطبيقات الهاتف الذكي والدردشة الآلية.

عوامل نجاح التحول الرقمي

-توفر البنية التحتية التقنية المناسبة.

-وجود استراتيجية واضحة للتحول الرقمي.

-تدريب الكوادر البشرية وتأهيلهم على استخدام التقنيات الجديدة.

-التركيز على رضا العميل كعنصر محوري.

-استخدام البيانات الضخمة لاتخاذ قرارات تعتمد على التنبؤ والتحليل.

التحديات التي تواجه التحول الرقمي

-مقاومة التغيير من قبل الموظفين.

-ارتفاع تكاليف الاستثمار في البنية التحتية التقنية.

-مخاطر الأمن السيبراني وحماية البيانات.

-صعوبة التكامل بين الأنظمة القديمة والحديثة.

-التفاوت في جاهزية العملاء للتعامل مع الحلول الرقمية.

أثر التحول الرقمي على تجربة المسافرين

أسهم التحول الرقمي في تحسين تجربة المسافر من خلال تسهيل الإجراءات وتخصيص الخدمات بشكل أكثر دقة. فالتطبيقات الذكية توفر إمكانية الحجز، إدارة الرحلات، والحصول على تحديثات فورية، بينما تتيح أنظمة الذكاء الاصطناعي تقديم توصيات مخصصة للمسافرين حسب تاريخهم وتفضيلاتهم. كما أن استخدام البوابات الذاتية قلل من أوقات الانتظار، وساهم في تحسين كفاءة الخدمات بالمطارات.

النظرية العلمية المتبعة

تعتمد الدراسة على نظرية التجربة (Experience Economy Theory)، والتي تؤكد أن تقديم تجربة مميزة للعميل يعزز من ولائه للشركة. وتُطبق هذه النظرية من خلال التحول الرقمي في قطاع الطيران، الذي يُمكن العملاء من التحكم الكامل في تجربتهم من الحجز إلى الوصول، ويعزز من التفاعل اللحظي بين الشركة والمسافر.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

تم استعراض العديد من الدراسات التي تناولت أثر التحول الرقمي في الطيران، وخلصت إلى أن:

- التحول الرقمي يعزز تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات سريعة ومخصصة.
- التطبيقات الذكية وأنظمة الحجز الإلكتروني تقلل أوقات الانتظار وتحسن مستوى الرضا.
- هناك اختلافات بين شركات الطيران في تطبيق التحول الرقمي، حيث تركز بعض الشركات على الذكاء الاصطناعي وأخرى على تحليل البيانات الضخمة.

-الدراسات السابقة

ركزت دراسة (السليمان والغامدي، 2023) على تأثير الخدمات الرقمية في الخطوط الجوية السعودية، حيث استخدمت الدراسة منهجاً ميدانياً مع استبيانات لقياس رضا العملاء وتم توزيع الاستبيانات على عينة عشوائية من 400 عميل يستخدمون تطبيقات الخطوط الجوية السعودية الرقمية، وتم تحليل استجابات العملاء باستخدام التحليل الإحصائي مثل التحليل التكراري والاختبارات المعيارية ووجدت الدراسة أن التطبيقات الرقمية أدت إلى زيادة في رضا العملاء وتحسن ملحوظ في خدمات الحجز الإلكتروني والترفيه على متن الطائرة.

وتناولت دراسة (الخطيب وحسان، 2023) مدى تأثير منصات الحجز الإلكتروني على ولاء العملاء، حيث تم تحليل بيانات 500 عميل باستخدام تحليل التباين المتعدد. وأظهرت النتائج أن العملاء يفضلون الشركات التي توفر منصات سهلة الاستخدام وتحديثات فورية على الرحلات، مما عزز مستوى الولاء للعلامات التجارية في قطاع الطيران.

وأشارت دراسة (الأنصاري وعلي، 2023) إلى تأثير التحول الرقمي على تجربة العملاء في شركات الطيران الخليجية، حيث اعتمدت على منهج كمي باستخدام استبيانات شملت 500 عميل. وتم تحليل استجابات العملاء باستخدام التحليل الإحصائي الاستنتاجي، وأظهرت النتائج أن التحول الرقمي أدى إلى تحسين جودة الخدمة وسهولة الوصول إلى المعلومات عبر التطبيقات الذكية، مما زاد من رضا العملاء.

وتناولت دراسة (ويلسون وتابلور، 2022) أثر التطبيقات على تحسين تجربة الضيوف في شركات الطيران و اعتمدت على تحليل استقصائي باستخدام بيانات من تطبيقات الهاتف المحمول لشركات الطيران واستهدفت عينة من 250 من مستخدمي التطبيقات المحمولة لشركات طيران عالمية وتم جمع البيانات من خلال استبيانات عبر الإنترنت تم إرسالها للمستخدمين الفعليين للتطبيقات. أظهرت النتائج أن هذه التطبيقات سهلت عمليات الحجز وإدارة الرحلات، مما عزز رضا العملاء، وأدى إلى تحسين تجربتهم بشكل عام.

وأشارت دراسة (القيسي والطويل، 2022) إلى أثر التحول الرقمي على تجربة المسافرين في منطقة الشرق الأوسط، حيث اعتمدت على منهج تحليل كمي باستخدام استبيانات لجمع البيانات من عينة مكونة من 500 مسافر عبر الخطوط الجوية في المنطقة.

استخدم الباحثون التحليل الإحصائي لتحليل النتائج، ووجدوا أن التحول الرقمي أسهم في تسريع إجراءات الحجز وتسجيل الوصول، مما قلل من أوقات الانتظار وحقق تجربة سفر أكثر سلاسة.

أما دراسة (السعيد وجونسون، 2022) فتناولت أثر الخدمات الرقمية على رضا المسافرين في الرحلات الطويلة. و اعتمدت على منهج تحليل كمي باستخدام استبيانات، وركزت على مجتمع المسافرين في الرحلات الطويلة، وشملت عينة من 350 مسافراً دولياً وتم جمع البيانات من خلال استبيانات ورقية تم توزيعها على المسافرين في المطارات ومحطات السفر الخاصة بالرحلات الطويلة.

أظهرت النتائج أن الخدمات الرقمية، مثل أنظمة الترفيه المتقدمة و Wi-Fi على متن الطائرة، كان لها تأثير إيجابي على رضا المسافرين، وتحسين تجربة العميل خلال الرحلة.

أشارت دراسة (أحمد خليل وعبد الله محمود، 2022) إلى دور التكنولوجيا الرقمية في تعزيز الابتكار داخل صناعة الطيران وتلبية متطلبات السوق، واستندت إلى منهج تحليلي نوعي وركزت على مجتمع صناعة الطيران بشكل عام، واستخدمت الدراسة المقابلات الشخصية مع 15 من المديرين التنفيذيين والخبراء في شركات الطيران ومقدمي خدمات التكنولوجيا و تم جمع البيانات من خلال المقابلات شبه المنظمة التي شملت أسئلة مفتوحة تهدف لفهم تأثير الحلول الرقمية على عمليات القطاع.

وخلصت الدراسة إلى أن الحلول الرقمية تسهم في تحسين العمليات، وزيادة رضا العملاء وتقديم تجارب سفر متكاملة.

وركزت دراسة (الحربي والشريف، 2022) على تجربة العملاء في الخطوط الجوية السعودية بعد تطبيق الأنظمة الرقمية الجديدة، حيث تم جمع بيانات من 600 عميل عبر استبيانات إلكترونية وتم تحليلها باستخدام تحليل التباين الأحادي. وأظهرت النتائج أن التحول الرقمي ساعد في تحسين مستويات الخدمة وتقليل الأخطاء التشغيلية، مما انعكس إيجابياً على تجربة العملاء.

وتناولت دراسة (مارك وويلسون، 2021) دور تقنيات الواقع المعزز في تحسين تجربة المسافرين، حيث أجريت تجربة على 200 مسافر استخدموا نظارات الواقع المعزز داخل المطارات، وتم جمع البيانات عبر استبيانات إلكترونية وتحليلها باستخدام التحليل التكراري. وأثبتت الدراسة أن هذه التقنية حسّنت تجربة العملاء وساعدتهم في التنقل داخل المطارات بسهولة وسرعة.

وركزت دراسة (العتيبي والناصر، 2021) على أثر التحول الرقمي على تجربة العملاء في المطارات السعودية، حيث استخدمت الدراسة منهجاً كمياً بالاعتماد على استبيانات وزعت على 450 مسافراً، وتم تحليل البيانات باستخدام التحليل التكراري والاختبارات الإحصائية. وخلصت الدراسة إلى أن تطبيقات الهاتف الذكي وأنظمة تسجيل الوصول الذاتي حسّنت من سرعة الإجراءات وزادت رضا العملاء.

وذكرت دراسة (وليامز وميلر، 2021) أثر تحليل البيانات الضخمة في تحسين تجربة العملاء بشركات الطيران الأمريكية، حيث اعتمدت على تحليل بيانات حجوزات وخدمات لما يزيد عن مليون مسافر، وتم استخدام تقنيات التحليل التنبؤي لاستخلاص النتائج. وخلصت الدراسة إلى أن تحليل البيانات يساعد في تخصيص الخدمات بشكل أفضل، مما ينعكس إيجابياً على رضا العملاء.

وتناولت دراسة (جونسون وباركر، 2020) دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة المسافرين، حيث اعتمدت على تحليل بيانات تشغيلية لـ 20 شركة طيران عالمية. تم جمع البيانات من أنظمة الحجز وخدمة العملاء وتحليلها باستخدام تقنيات تحليل البيانات الضخمة. ووجدت الدراسة أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العمليات ساعد في تقليل أوقات الانتظار وزيادة رضا العملاء بشكل ملحوظ.

وأشارت دراسة (يوسف وعابد، 2020) إلى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء بشركات الطيران العربية، حيث اعتمدت على استبيانات شملت 400 مسافر تم تحليلها باستخدام تحليل الانحدار اللوجستي. ووجدت الدراسة أن التكنولوجيا ساهمت في تحسين تجربة الدعم الفني وتقليل الشكاوى من العملاء، مما أدى إلى زيادة مستوى الرضا.

وذكرت دراسة (مورغان وسميث، 2019) أثر استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في تعزيز تجربة المسافرين، حيث اعتمدت الدراسة على استبيانات وزعت على 300 مستخدم لهذه التطبيقات. وتم تحليل البيانات باستخدام النماذج الإحصائية المتقدمة، وكشفت النتائج أن التطبيقات الرقمية عززت تجربة الحجز وإدارة الرحلات وساهمت في زيادة ولاء العملاء.

وركزت دراسة (أندرسون وتايلور، 2019) على تجربة المسافرين عبر الطائرات الذكية المزودة بأنظمة إنترنت الأشياء، حيث تم جمع بيانات من 350 عميلاً باستخدام استبيانات إلكترونية وتحليلها باستخدام التحليل الوصفي. وكشفت النتائج أن هذه التقنيات عززت رضا العملاء من خلال تقديم خدمات مخصصة أثناء الرحلة مثل ضبط الإضاءة والحرارة تلقائياً وفقاً لتفضيلات الركاب.

بينما قدمت دراسة (جونز وسميث، 2019) تقيماً لأثر التكنولوجيا الرقمية على تحسين العمليات التشغيلية، حيث اعتمدت الدراسة على تحليل بيانات تشغيلية من 30 شركة طيران واستخدم الباحثون البيانات المجمعة من أنظمة المعلومات الخاصة بشركات الطيران مثل بيانات الحجوزات والرحلات، بالإضافة إلى تقارير مالية من الشركات المشاركة.

وخلصت الدراسة إلى أن التكنولوجيا الرقمية تساهم في تقليل التكاليف، وتحقيق مكاسب تشغيلية، وزيادة رضا العملاء عبر خدمات سريعة تلبي تفضيلاتهم.

وركزت دراسة (براون ويليامز، 2018) على دور البيانات الضخمة في تخصيص تجربة السفر الجوية واعتمدت على منهج تحليل كمي باستخدام بيانات من نظم المعلومات في شركات الطيران. تم تحليل البيانات التشغيلية المتعلقة بحجز التذاكر، واختيار المقاعد، وسجل الرحلات للمسافرين في 25 شركة طيران عالمية.

استخدم الباحثون تقنيات البيانات الضخمة مثل التعلم الآلي والتحليل التنبؤي لتخصيص الخدمات بناءً على تفضيلات العملاء.

أظهرت النتائج أن استخدام البيانات الضخمة ساهم في تقديم خدمات مخصصة للمسافرين، مما أدى إلى زيادة رضاهم وولائهم، حيث تمكنت الشركات من فهم تفضيلات العملاء بشكل أفضل وتخصيص الخدمات وفقاً لاحتياجاتهم الشخصية.

وأشارت دراسة (العنزي والشريف، 2023) إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في تخطيط جداول الرحلات الجوية، حيث تم تحليل بيانات 100 شركة طيران باستخدام التحليل التنبؤي. وأوضحت النتائج أن هذه التقنيات حسنت كفاءة الجداول وخفضت تأخيرات الرحلات بنسبة 20%.

كذلك دراسة (إبراهيم، 2023) حيث هدفت هذه الدراسة إلى تقييم تأثير التحول الرقمي على أداء شركة مصر للطيران بعد جائحة كورونا. اعتمدت الدراسة على استبيان وُرّع على عينة من العاملين بالشركة، وأظهرت النتائج أن التحول الرقمي يفسر ما نسبته 47% من التغيرات في الأداء المؤسسي. أوصت الدراسة بضرورة امتلاك استراتيجية رقمية واضحة وتوفير التدريب اللازم للعاملين.

وتناولت دراسة (المهدي والعبدي، 2021) استراتيجيات شركات الطيران في تبني الذكاء الاصطناعي، حيث تم تحليل بيانات تشغيلية من 20 شركة في الشرق الأوسط باستخدام تحليل الانحدار. وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي عزز من كفاءة العمليات التشغيلية وتحسين استجابة الشركات لاحتياجات العملاء.

وتناولت دراسة (كريس ومارلين، 2021) دور الأتمتة والروبوتات في تحسين خدمات الطيران، حيث تم تحليل تجربة 1500 مسافر مع الروبوتات داخل المطارات باستخدام تحليل التكرارات. وكشفت النتائج عن زيادة رضا العملاء بفضل سرعة إنجاز الخدمات وقلة الأخطاء البشرية.

وتناولت دراسة (جونز وريتشاردز، 2021) استراتيجيات التحول الرقمي في الطيران الأوروبي، حيث اعتمدت على تحليل بيانات تشغيلية لـ 25 شركة طيران باستخدام التحليل المقارن. وخلصت الدراسة إلى أن الاستثمار في التكنولوجيا زاد الكفاءة التشغيلية وتحسين العمليات التشغيلية للشركة وخفض التكاليف التشغيلية، مما عزز تنافسية الشركات.

وذكرت دراسة (جونسون وكريم، 2020) أثر الرقمنة على أنظمة الأمان في شركات الطيران، حيث تم جمع بيانات من 50 شركة طيران وتحليلها باستخدام تحليل البيانات الكبيرة. وخلصت الدراسة إلى أن الأنظمة الرقمية حسّنت من كفاءة عمليات الفحص الأمني، مما أدى إلى تقليل الأخطاء البشرية وتعزيز إجراءات السلامة أثناء عملية الحجز لتلافي التزوير واستخدام معلومات مغلوطة.

وركزت دراسة (مولر، 2020) على التحول الرقمي في شركات الطيران الأوروبية، مع دراسة حالة شركة لوفتهانزا و استخدمت منهج دراسة الحالة مع بيانات تشغيلية (استندت الدراسة إلى تحليل بيانات تشغيلية شملت عينة من 2000 رحلة). وكشفت عن أن تبني تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي والخدمات الذاتية ساعد الشركة على تحسين الاستجابة بفضل هذه التقنيات.

وركزت دراسة (الغانم والمطيري، 2020) على تأثير التحول الرقمي على تحسين أداء الطيارين وأطقم الطائرات، حيث استخدمت الدراسة منهجًا نوعيًا بالاعتماد على مقابلات مع 100 طيار. وتم تحليل البيانات باستخدام التحليل الموضوعي، وخلصت الدراسة إلى أن الأنظمة الرقمية ساعدت في زيادة كفاءة التشغيل وتقليل الأخطاء البشرية في إدارة الرحلات.

في المقابل، استعرضت دراسة (جونسون، 2019) استراتيجيات التحول الرقمي لشركات الطيران عالميًا، مع مقارنة بين مناطق مختلفة واعتمدت الدراسة على تحليل بيانات تشغيلية وتجريبية مستخلصة من 30 شركة طيران في الغرب والشرق أوضحت أن الشركات الغربية تركز على تحسين تجربة العملاء، بينما تسعى الشركات الشرقية نحو تعزيز الكفاءة التشغيلية، مع مواجهة تحديات مثل نقص المهارات الرقمية وسرعة التغير التكنولوجي، مما أبرز أهمية التدريب.

وذكرت دراسة (براون وهاريس، 2019) أثر التحول الرقمي في المطارات العالمية، حيث تم جمع بيانات تشغيلية من 20 مطارًا دوليًا وتحليلها باستخدام تحليل التباين. وخلصت الدراسة إلى أن الاعتماد على الخدمات الرقمية ساعد في تقليل وقت انتظار الراكب لانتهاء إجراءاته بنسبة 30% وزيادة كفاءة إدارة العمليات الأرضية.

وركزت دراسة (أوسكار وديفيد، 2018) على أثر الابتكار الرقمي في تجربة المسافرين من ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تم تحليل تجربة 300 مسافر باستخدام التحليل الإحصائي الاستنتاجي. وأظهرت النتائج أن التكنولوجيا حسنت تجربة السفر عبر خدمات مخصصة لهم، مما زاد من رضاهم وسهولة استخدامهم للمرافق الجوية.

وفي السياق ذاته، أوضحت دراسة (لي، 2018) العلاقة بين التحول الرقمي والابتكار في قطاع الطيران. اعتمدت هذه الدراسة على منهج نوعي مع دراسة حالة شملت تحليل بيانات من 15 شركة طيران مبتكرة، وخلصت إلى أن الابتكار الرقمي أسهم في تعزيز الكفاءة التشغيلية، مما زاد من قدرة الشركات على المنافسة وتحقيق مكاسب تشغيلية.

-الإطار النظري-

تعتمد الدراسة على نظرية التجربة (Experience Economy Theory) والتي تركز على تحول الاقتصادات الحديثة من تقديم المنتجات والخدمات إلى تقديم تجارب مميزة للعملاء وهي إطار فلسفي وتعليمي يركز على دور التجربة الحياتية والتفاعل المباشر مع البيئة في تكوين المعرفة والفهم وتعتبر التجربة هي عملية تفاعلية ديناميكية بين الفرد والبيئة، يتم من خلالها دمج التفكير التأملي مع العمل العملي لإنتاج المعرفة (dewey,1938,p25).

وفي السياق نفسه، قدم ديفيد كولب تعريفًا أكثر تركيزًا في كتابه (التعلم التجريبي: التجربة كمصدر للتعلم والتطوير) حيث أشار إلى أن "التعلم التجريبي هو عملية مستمرة تشمل التجربة المباشرة، والتأمل، والتعميم، ثم التطبيق العملي." (kolb,1984,p41)

ويُمكن ربط هذه النظرية بتحول شركات الطيران الرقمي في عدة نقاط رئيسية:

1. التفاعل بين الفرد والبيئة: التحول الرقمي يعزز التفاعل الديناميكي بين المسافرين وشركات الطيران، حيث توفر التكنولوجيا مثل تطبيقات الهواتف الذكية وأنظمة الحجز الذكية بيئة تفاعلية تُحسن تجربة العملاء بشكل مباشر

(Kolb, 1984, p.41). هذا يساهم في توفير بيئة سفر متكاملة حيث يستطيع العميل التفاعل مع الأنظمة الرقمية

للحصول على تجربة تخصيص مريحة وفعالة.

2. التعلم من التجربة المباشرة: من خلال تطبيقات الطيران الرقمية، يتمكن العملاء من التفاعل بشكل مباشر مع الخدمات مثل الحجز الإلكتروني واختيار المقاعد، مما يخلق تجربة فورية وتحسيناً فورياً و تُظهر هذه التجارب المباشرة كيف أن التجربة العملية تؤثر على تحسين فهم العميل ورضاه عن الخدمة المقدمة، كما يتماشى مع فرضية "التجربة كمصدر للتعلم والتطوير". (Kolb, 1984, p.41)

3. التفكير التأملي كوسيلة للتعلم: التحول الرقمي يتيح لشركات الطيران جمع بيانات عن تجارب العملاء وتحليلها، مما يمكن الشركات من تحسين تجاربهم المستقبلية بناءً على ردود الفعل.

وهذا يعكس كيف أن التأمل في التجارب السابقة يؤدي إلى تحسين الخدمات المستقبلية وتعديل استراتيجيات العمل، كما تذكر نظرية ديوي. (Dewey, 1938, p.25)

4. الدورة المستمرة للتعلم: شركات الطيران تعتمد على دورة مستمرة للتحسين من خلال التحول الرقمي، حيث تبدأ بالتجربة المباشرة عبر التطبيقات، ثم تُحلل تفاعلات العملاء، وأخيراً يتم تحسين الخدمات بناءً على النتائج. هذه العملية المستمرة للتعلم والتحسين تتماشى مع مبادئ نظرية التجربة التي تتطلب تفاعلاً مستمراً بين التجربة والتقييم. 5. القابلية للتطبيق في مواقف متعددة: التحول الرقمي يساهم في تحسين تجربة العملاء في مراحل مختلفة من الرحلة، مثل الحجز وتسجيل الوصول والترفيه على متن الطائرة. مما يعكس مرونة التجربة الرقمية التي يمكن تطبيقها عبر مراحل متعددة، وهي ما يميز هذه النظرية في قدرتها على الانتقال بين مختلف والمواقف.

6. أهمية الربط بين النظرية والتطبيق: التحول الرقمي يعزز الربط بين المفاهيم النظرية، مثل تحسين تجربة العملاء، وبين التطبيق العملي من خلال التقنيات الحديثة التي تجعل الخدمات أكثر فعالية وكفاءة. من خلال هذا الربط، توفر شركات الطيران تجربة غامرة وفريدة للعملاء، مما يزيد من رضاهم وولائهم للعلامة التجارية، كما يتوافق مع ما أشار إليه هورتمان (2005) حول زيادة القيمة المدركة من خلال تقديم تجارب غامرة.