

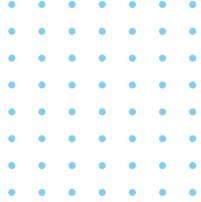


# القرار الصحيح RIGHT DECISION

لاستشارات تجربة العميل

لأننا نؤمن بأن العميل عندما يكون أولًا؛  
سيبقى دائمًا...





## من نحن؟

«القرار الصحيح» هي منشأة متخصصة في تقديم الاستشارات والخدمات المتميزة في مجال تجربة العميل، منذ تأسيسنا ونحن شغوفون بتحسين تجربة العميل من خلال حلول مبتكرة ومتقدمة تتماشى مع أحدث التوجهات في السوق، نعمل بجد لبناء علاقات قوية مع عملائنا لضمان تحقيق أعلى مستويات الرضا والولاء.

## الرؤية والرسالة

### رؤيتنا:

نسعى لأن نكون الشريك الأمثل لكل منظمة تتطلع إلى تحسين تجربة عملائها بشكل مستدام، نهدف للوصول إلى مكانة رائدة في السوق من خلال تقديم حلول عالية الجودة ومركزة على الابتكار في جميع جوانب تجربة العميل.



### رسالتنا:

نلتزم بتقديم خدمات استشارية متخصصة ومتميزة في مجال تجربة العميل تشمل تطوير الاستراتيجيات، تحسين رحلات العملاء، وتوفير التدريب والتقنيات اللازمة لقياس مستوى رضا العملاء، لتمكين المنظمات من تحقيق التميز في تجربة العميل مما يساهم في بناء علاقة دائمة وموثوقة مع عملائها.



# قيمنا الأساسية



## العميل أولاً:

**01** نؤمن بأن العميل يجب أن يكون دائماً في صميم كل ما نقوم به.

## الابتكار:

**02** نسعى باستمرار للابتكار وتقديم حلول جديدة تتماشى مع التطورات الحديثة في تجربة العميل.

## الاستدامة:

**03** نحرص على تقديم حلول مستدامة تحافظ على رضا العملاء على المدى الطويل.

## الجودة الشاملة:

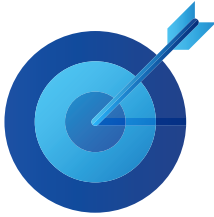
**04** نلتزم بتقديم أعلى معايير الجودة في جميع خدماتنا لضمان تحقيق أفضل النتائج للعملاء.

## التعاون البناء:

**05** نؤمن بأن النجاح يتحقق من خلال التعاون الفعّال بين فريق العمل، العملاء، والشركاء.



# أهدافنا



## خلق قصص نجاح

نلتزم بتقديم حلول متكاملة تعتمد على الابتكار والإبداع، لخلق قصص نجاح فريدة وضمان تقديم تجارب استثنائية تلبي احتياجات العملاء وتفوق توقعاتهم.

## بناء شراكات مستدامة

نهدف إلى تعزيز التعاون والشراكة مع الجهات والمنظمات التي تسعى لتحسين تجربة العميل، مع التركيز على تأسيس علاقات طويلة الأمد تسهم في تحقيق النجاح المشترك.

## تعزيز الاستدامة

نحرص على دمج الاستدامة في جميع حلولنا واستراتيجياتنا، بما يضمن تحقيق تأثير إيجابي ومستدام على المدى الطويل للعملاء والمجتمع.

## الارتقاء بالجودة الشاملة

نسعى لتحقيق أعلى معايير الجودة في جميع جوانب عملنا، لضمان تقديم خدمات تفوق التوقعات وتساهم في تعزيز مكانة عملنا في السوق.

## تطوير الكوادر البشرية

نولي أهمية كبيرة لتدريب وتأهيل كوادرنا البشرية، ونعمل على تزويدهم بالمعرفة والمهارات اللازمة ليصبحوا رواداً في تقديم خدمات متميزة تحقق أعلى مستويات الرضا للعملاء.

# خدماتنا

نقدم مجموعة متكاملة من الخدمات الاستشارية في مجال تجربة العميل تشمل:



## التدريب ونقل المعرفة:

نستمد إلهامنا من كتب مثل «تجربة العميل»: من النظرية إلى التطبيق و«تجربة العميل»: التخطيط الاستراتيجي وقياس مؤشرات الأثر والأداء في خدمة العملاء ومراكز الاتصال ورضا العملاء» لتطوير حقائب تدريبية تمكن الكوادر البشرية من تحقيق التميز في مجال خدمة العملاء.

## استشارات بناء استراتيجيات تجربة العميل:

نساعد المنظمات على تطوير وتنفيذ استراتيجيات شاملة تهدف إلى تحسين تجربة العميل.



## تطوير رحلات العملاء:

نصمم ونطور رحلات العملاء باستخدام أدوات الإبداع والابتكار لضمان تجربة متميزة.



## بناء إطار صوت العميل:

نقدم حلولاً متكاملة لجمع وتحليل بيانات العملاء، واستخدامها لتحسين الخدمات المقدمة لهم.



## توفير تقنيات إدارة تجربة العميل:

نوفر حلولاً تقنية متقدمة لإدارة تجربة العميل بفعالية وكفاءة.



# كيف نبني الاستراتيجيات لتجربة العميل؟

بناء استراتيجية تجربة العميل مستمدة من استراتيجية المنظمة، تتبع منهجية وفق المراحل التالية:



# كيف ننمي الاستراتيجيات لتجربة العميل؟

## المرحلة الثانية تطوير الاستراتيجية



### إعداد خطة استراتيجية شاملة

تصميم خطة استراتيجية تتضمن المبادرات والمشاريع الضرورية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

إعداد خارطة طريق واضحة لتنفيذ هذه المبادرات والمشاريع، تشمل تحديد الأولويات والجدول الزمني والموارد المطلوبة.

وضع خطة للمتابعة والتقييم المستمر لضمان تحقيق الأهداف وتحسين تجربة العميل باستمرار.



### تحديد الأهداف الاستراتيجية

وضع أهداف استراتيجية محددة تعكس التحسينات المطلوبة في تجربة العميل.

ربط هذه الأهداف بمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لضمان قياس النجاح.



### تحديد الرؤية والرسالة والقيم

صياغة الرؤية التي تسعى الوزارة لتحقيقها في مجال تجربة العميل.

تحديد الرسالة التي تعبر عن كيفية تحقيق هذه الرؤية. تحديد القيم الأساسية التي ستوجه جميع المبادرات والقرارات المتعلقة بتجربة العميل.





# كيف نصمم ونطور رحلات العملاء؟



لرسم وتصميم وتطوير رحلات العملاء بفعالية، يمكن اتباع الخطوات الرئيسية التالية، والتي تستند إلى أفضل الممارسات في تجربة العميل والتفكير التصميمي والإبداع:

## المرحلة الأولى الرحلة الحالية



### البحث والاستقصاء:

إجراء بحث شامل لفهم احتياجات وتوقعات العملاء. يشمل ذلك استخدام الأدوات النوعية مثل المقابلات المتعمقة، وورش العمل التشاركية، والمراقبة.

### تطوير شخصيات العملاء (Personas):

إنشاء شخصيات تمثل الأنواع المختلفة من العملاء المحتملين بناء على البحث. هذه الشخصيات تساعد في تحديد توقعات واحتياجات العملاء بشكل أكثر دقة.

### فهم العملاء (Empathy)



### تحليل الرحلات الحالية:

تحليل الرحلات الحالية لتحديد نقاط الاتصال المختلفة التي يمر بها العملاء خلال تفاعلهم مع المنظمة.

### تحديد الاحتياجات والمشاكل:

فهم احتياجات العملاء في كل نقطة اتصال وتحديد المشاكل التي قد يواجهونها.

### تحديد نقاط الاتصال (Touchpoints) والاحتياجات

### رسم خرائط رحلات العملاء Customer Journey Mapping



### إنشاء خريطة الرحلة:

رسم خريطة رحلة العميل التي توضح الخطوات التي يمر بها العميل من البداية إلى النهاية، بما في ذلك التفاعلات العاطفية والمادية في كل نقطة اتصال.

### تحديد النقاط الحرجة:

تحديد النقاط الحرجة في الرحلة التي تؤثر بشكل كبير على تجربة العميل، سواء بالإيجاب أو السلب.



# كيف نصمم ونطور رحلات العملاء؟



## المرحلة الثانية الرحلة المستقبلية

### جلسات العصف الذهني:

عقد جلسات عصف ذهني تولد أفكارًا جديدة لتحسين نقاط الاتصال وتطوير الرحلة. يتم التركيز على الابتكار والإبداع في إيجاد الحلول.

### التقييم والاختيار:

تقييم الأفكار المطروحة واختيار الحلول التي توفر أفضل تجربة للعملاء.



### توليد الأفكار والابتكار (Ideation)

### تصميم النماذج الأولية:

تطوير نماذج أولية للحلول المختارة التي تمثل التغييرات المقترحة في رحلة العميل؛ يمكن أن تكون النماذج الأولية في شكل مخططات، رسوم، أو نماذج واقعية.

### الاختبار مع العملاء:

اختبار النماذج الأولية مع مجموعة من العملاء للحصول على ردود فعل حقيقية حول الحلول المقترحة.



### تصميم الحلول والنماذج الأولية (Prototyping)

### تنفيذ التحسينات:

تنفيذ الحلول المحسنة وتعديل نقاط الاتصال وفقًا للرحلة الجديدة المصممة.

### المتابعة والتقييم:

مراقبة أداء الرحلة الجديدة من خلال جمع البيانات وردود الفعل من العملاء. استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لضمان تحقيق الأهداف المطلوبة.



### التنفيذ والمتابعة (Implementation and Monitoring)



لقياس رضا العملاء بشكل فعال من خلال بناء إطار صوت العميل  
(Voice of the Customer - VoC) الشامل، نتبع الخطوات التالية:

أولاً:  
تحديد أهداف برنامج صوت العميل

#### تحديد الأهداف الاستراتيجية:

تحديد الأهداف التي تريد المنظمة تحقيقها من خلال برنامج صوت العميل، مثل تحسين رضا العملاء، زيادة الولاء، أو تطوير المنتجات والخدمات بناء على مدخلات العملاء.



#### ربط الأهداف بالاستراتيجية العامة:

التأكد من أن الأهداف تتماشى مع الاستراتيجية العامة للمنظمة وتعزز تحقيقها.



## كيف نبني صوت العميل الشامل VoC؟



# كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟



## ثانيًا:

### جمع البيانات الحالية من مصادر متعددة

#### الاستبيانات واستطلاعات الرأي:

تنفيذ استبيانات دورية لقياس رضا العملاء في نقاط تفاعل مختلفة مع المنظمة. يمكن أن تكون هذه الاستبيانات قصيرة وسريعة (Pulse Surveys) أو شاملة (CSAT، NPS).



#### تحليل الشكاوى والاقتراحات:

جمع وتحليل بيانات الشكاوى والاقتراحات المقدمة من العملاء لفهم المشكلات التي يواجهونها.



#### مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي:

استخدام أدوات مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة ما يقوله العملاء عن المنظمة عبر الإنترنت، سواء إيجابًا أو سلبيًا.



#### المقابلات ومجموعات التركيز:

عقد مقابلات فردية وجلسات مجموعات التركيز مع العملاء للحصول على فهم أعمق لتجاربهم وتوقعاتهم.



# كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟



## ثالثاً:

التأكد من شمولية وتغطية كافة نقاط الاتصال (Touchpoints)

### خريطة نقاط الاتصال:

رسم خريطة شاملة لكل نقاط الاتصال مع العملاء عبر جميع القنوات والخدمات والرحلات.



### وضع منهجية لتقييم نقاط الاتصال:

تطوير منهجية لتقييم الأهمية النسبية والتأثير لكل نقطة اتصال على تجربة العميل.



### اختيار أدوات الاستماع:

تحديد واختيار أدوات الاستماع المناسبة لكل قناة أو رحلة، مثل الاستبيانات، أدوات تحليل النصوص من وسائل التواصل الاجتماعي، أو مقابلات العملاء.



### تطوير المؤشرات المناسبة:

تطوير المؤشرات المناسبة لكل نقطة اتصال، رحلة، أو خدمة، مثل معدل الرضا، سرعة الاستجابة، أو معدل التحويل (Conversion Rate).



# كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

## رابعًا: تحليل البيانات واستخلاص الرؤى

### تحليل نوعي وكمي:

استخدام التحليل النوعي لتفسير الأفكار والمشاعر التي يعبر عنها العملاء، والتحليل الكمي لتحديد الأنماط والاتجاهات.



### تحديد نقاط الألم والفرص:

استخدام التحليل لتحديد نقاط الألم (Pain Points) التي يعاني منها العملاء، وكذلك الفرص التي يمكن استغلالها لتحسين تجربتهم.



### استخدام أدوات التحليل المتقدمة:

تطبيق التحليلات التنبؤية والنماذج الإحصائية لاستخلاص رؤى أعمق حول سلوك العملاء وتوقعاتهم المستقبلية.



# كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

## خامتنا: التنفيذ والمتابعة

### تطوير خطط التحسين:

بناء على النتائج المستخلصة من التحليل، وضع خطط عمل لتحسين جوانب محددة من تجربة العميل.



### تطبيق التغييرات:

تنفيذ التحسينات المقترحة ورصد تأثيرها على رضا العملاء.



### متابعة مؤشرات الأداء:

مراقبة مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) مثل معدل رضا العملاء (CSAT)، وصافي نقاط الترويج (NPS)، ومدة الاستجابة للشكاوى لتقييم مدى نجاح البرنامج.



# كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

**سادسًا:**  
التواصل وإغلاق الحلقة (Closing the Loop)

## التواصل مع العملاء:

إبلاغ العملاء بالإجراءات التي تم اتخاذها بناء على ملاحظاتهم، وإظهار كيف تم الاستجابة لمخاوفهم.



## تقييم رضا العملاء بعد التغيير:

إجراء استبيانات متابعة بعد تنفيذ التحسينات للتأكد من أن رضا العملاء قد تحسن بالفعل.





# شركاؤنا



في «القرار الصحيح»، نفخر بعلاقاتنا وشركائنا مع عدد من الشركات المتميزة لتوفير تقنيات تجربة العميل، مثل:



نستمد إلهامنا من كتب مثل «تجربة العميل»: من النظرية إلى التطبيق و«تجربة العميل»: التخطيط الاستراتيجي وقياس مؤشرات الأثر والأداء في خدمة العملاء ومراكز الاتصال ورضا العملاء» لنقدم حزمة برامج تدريبية شاملة تغطي جوانب مختلفة من تجربة العميل:



## برامجنا التدريبية



نستهدف مجموعة واسعة من  
القطاعات، بما في ذلك:



### الأفراد

نسعى لتطوير  
مهارات الشغوفين  
في مجال تجربة  
العميل.

03



### القطاع الخاص

شركات قطاع  
الاتصالات، قطاع  
التجزئة، قطاع  
خدمات اللوجستية،  
القطاع الصحي.

02



### القطاع العام الحكومي

الوزارات، الهيئات،  
والشركات شبه  
الحكومية.

01

## القطاعات المستهدفة

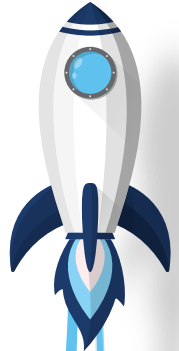


# عملاؤنا







# رؤيتنا للمستقبل

نؤمن بأن المستقبل يحمل في طياته فرصاً وتحديات جديدة، ونسعى باستمرار للابتكار وتطوير حلول متقدمة لتحسين تجربة العميل. نتطلع إلى التوسع الدولي وتوسيع نطاق خدماتنا لتشمل أسواقاً جديدة، مما يتيح لنا تحقيق تأثير أكبر وتعزيز رضا العملاء في مختلف أنحاء العالم، من خلال فروعنا في دبي وعمان والقاهرة.





-  <https://rightdecisionsa.com/>
-  [info@rightdecisionsa.com](mailto:info@rightdecisionsa.com)
-  @RightDecisionSA
-  0551355222