



تجربة زائر البوليفارد



مدخل

قطاع الترفيه من أهم قطاعات التنمية في المملكة والذي يسعى لتحقيق رفاهية العيش للمواطن السعودي ومما لا شك فيه أن الهيئة العامة للترفيه حرصت كل الحرص على توفير كافة الأنشطة والفعاليات التي تتناسب مع التنوع الثقافي الذي تتميز به المملكة العربية السعودية، ومن هذا التنوع ينشأ التحدي في العمل على جودة الفعاليات التي ترضي كافة الأذواق والاحتياجات المختلفة للعملاء ومن هنا تأتي الحاجة لدراسة تجربة العميل -الزائر- للفعاليات.

تماشياً مع رؤية المملكة 2030، تأسست **الهيئة العامة للترفيه** لتقوم على تنظيم وتنمية قطاع الترفيه في المملكة، وتوفير الخيارات والفرص الترفيهية لكافة شرائح المجتمع في كل المناطق بالمملكة، لإثراء الحياة ورسم البهجة. بالإضافة لقيامها على تحفيز دور القطاع الخاص في بناء وتنمية نشاطات الترفيه.

خلق فرص ترفيهية شاملة ومتنوعة تتماشى مع المعايير العالمية وإتاحتها في جميع أنحاء المملكة. توفير خيارات تلائم كافة شرائح المجتمع من مواطنين ومقيمين وتناسب مستويات الدخل المختلفة، تعزيز الروابط الإجتماعية من خلال توفير فرص للعائلات والأصدقاء لمشاركة أوقاتهم الممتعة.

دعم الاقتصاد في المملكة من خلال المساهمة في تنويع مصادره والمساهمة في رفع الناتج المحلي الإجمالي؛ بالإضافة إلى دعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة ورفع نسبة الاستثمارات الأجنبية المباشرة لتوليد الوظائف في قطاع الترفيه.



الهيئة العامة للترفيه
General Entertainment Authority



مفهوم تجربة العميل

هي التفاعلات والتجارب التي يمتلكها العميل طوال رحلته من أول اتصال إلى أن يصبح عميلاً سعيداً مخلصاً، وتُعدُّ تجربة العميل جزءاً من إدارة علاقات خدمة العملاء **والسبب؟** هو أنّ العميل الذي يتمتع بتجربة إيجابية مع المنظمة من المتوقع أن يصبح عميلاً متكرراً ومخلصاً.

أهمية تجربة العميل:

السمعة الجيدة هي الهدف الأسمى لكل منظمة سواءً كانت عامة أو خاصة؛ ولا يتم ذلك إلا بتقديم خدمة مميزة أو منتج فريد.

لا يمكن التحقق من رضا العميل إلا بالعودة للعميل المستخدم لهذا المنتج أو الخدمة لذا لابد من قياس تجربة العميل للوصول إلى:

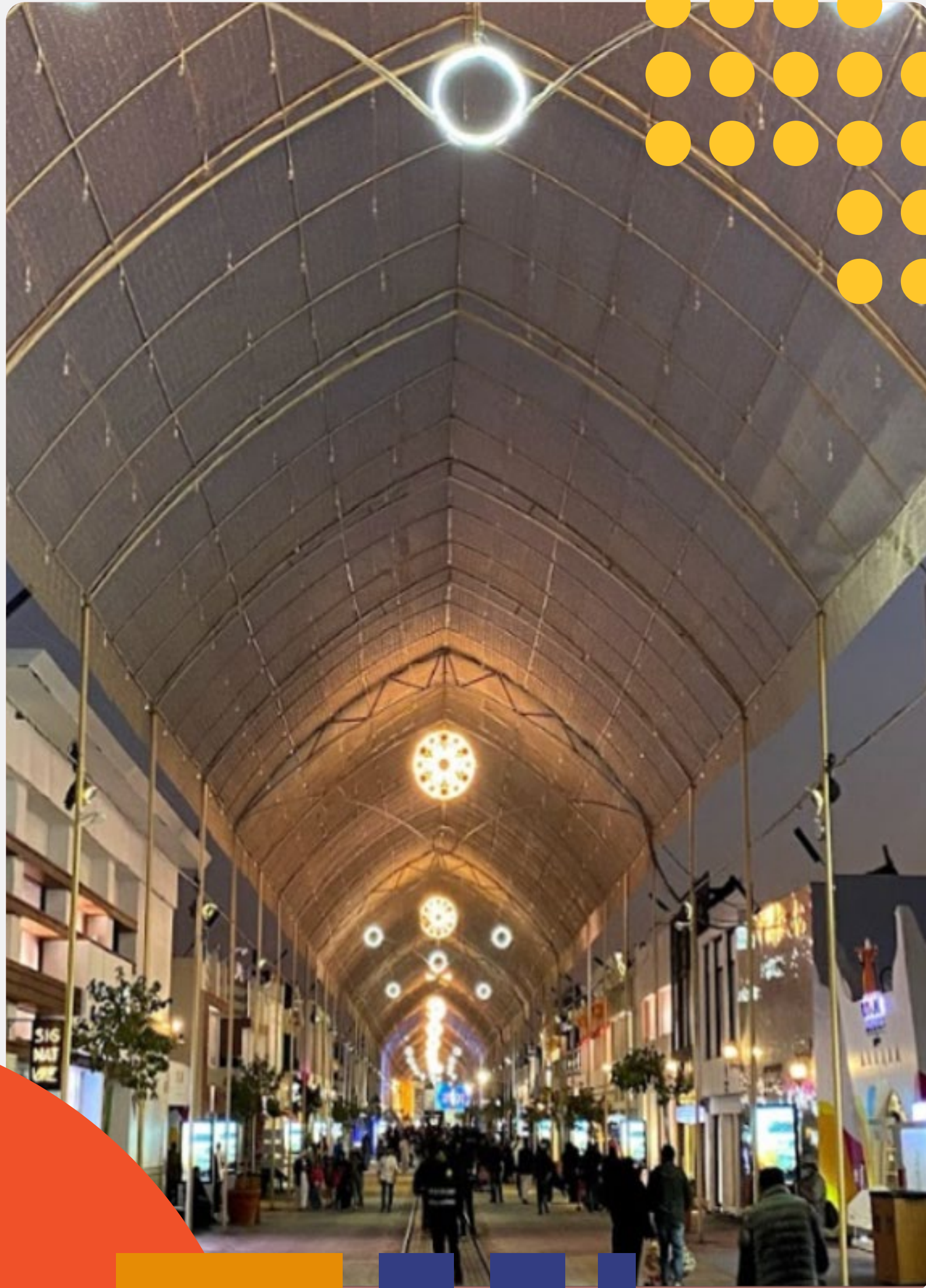
- ◆ قياس مدى رضا العميل عن الخدمات والمنتجات.
- ◆ قياس مستوى الأداء وتحديد المخاطر التي قد تواجه المنظمة.
- ◆ قياس أداء العاملين لدى المنظمة لتحسين أدائهم لضمان تقديم خدمة مميزة.
- ◆ بناء صورة ذهنية جديدة للمنظمة.

رحلة العميل

هي تمثيل مرئي للعملية التي يمر بها العميل، أو العميل المحتمل لتحقيق أهداف المنظمة، وبمساعدة **خريطة رحلة العميل** يمكن التعرف على دوافع العملاء واحتياجاتهم ونقاط ضعفهم. مجرد فهم رحلة العميل لا يكفي عادة ومن الأفضل تصور ذلك في رسم تخطيطي يمكن الرجوع اليه عند التخطيط والتنفيذ.

فوائد تخطيط رحلة العميل:





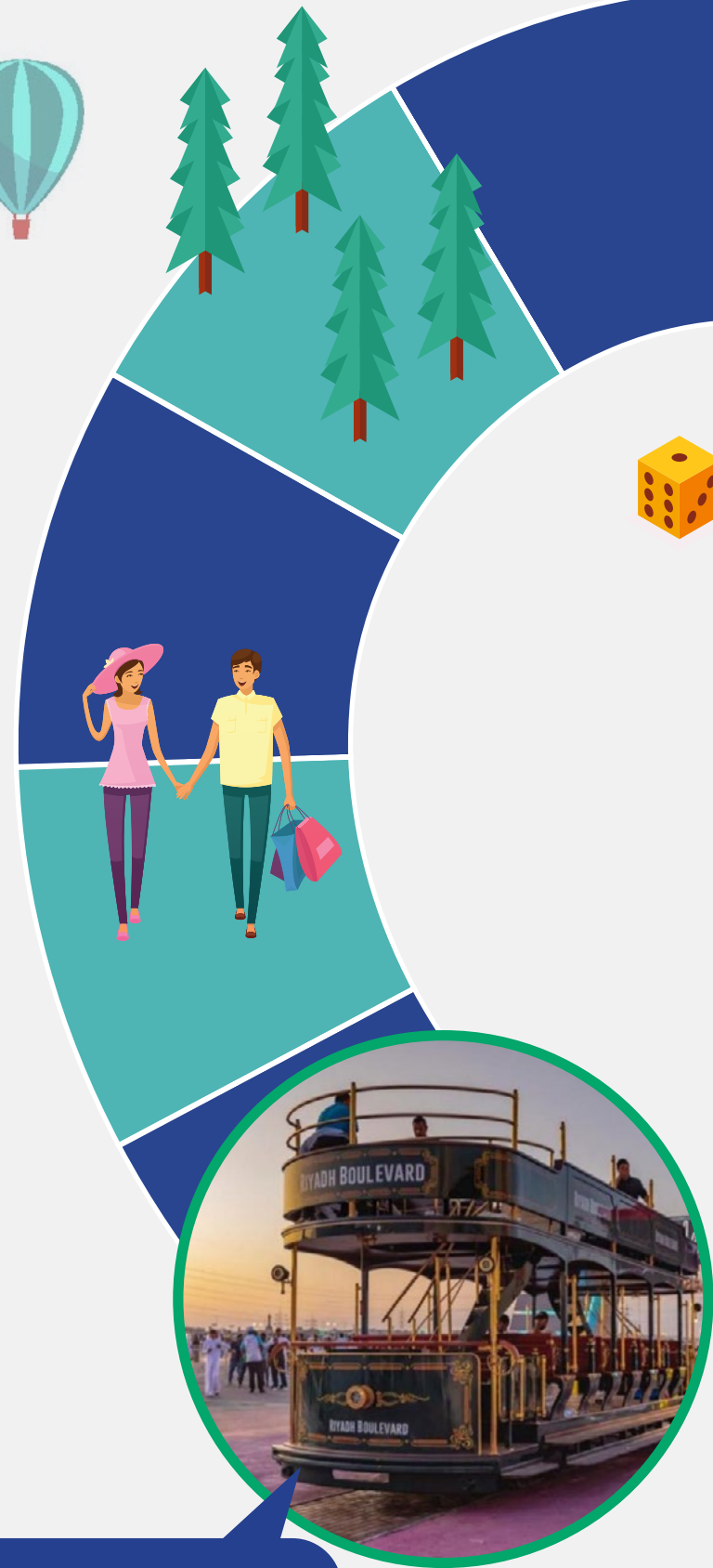
رسم رحلة الزائر

ماذا سنفعل؟:

سيتم رسم وتصميم الرحلة التي سيمر فيها زائر **البوليفارد** من لحظة تفكير العميل (الزائر) بزيارة **البوليفارد** من أول محطة وهي **حجز التذكرة** عبر الموقع الإلكتروني، وسهولة التعليمات والإجراءات التي سيمر فيها ومعرفة نقاط الإلتماس ومستوى الشعور والتطلعات لدى العملاء.

ماذا ستستفيد؟:

التأكد من مروره بجميع الفعاليات والإستفادة من المرافق العامة وتنوع جميع أنواع الدفع الإلكتروني وتحقيق تجربة الزائر السعيد.



لحظة الخروج وتحقيق
التجربة السعيدة للزائر

لحظة دخول الزائر وأخذ
سكان للتذكرة والحصول
على خريطة الموقع

توجه الزائر إلى الوجهة
أو الفعالية المرغوبة

دخول الزائر للموقع
وحجز تذكرة دخول

رحلة زائر البوليغارد

من لحظة التفكير
بزيارة البوليغارد

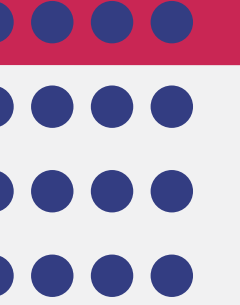
وصول الزائر لبوليغارد
واختيار موقف للسيارة سواء
كان بالخدمة المدفوعة أو
الخدمة الذاتية



ماذا ستستفيد؟:

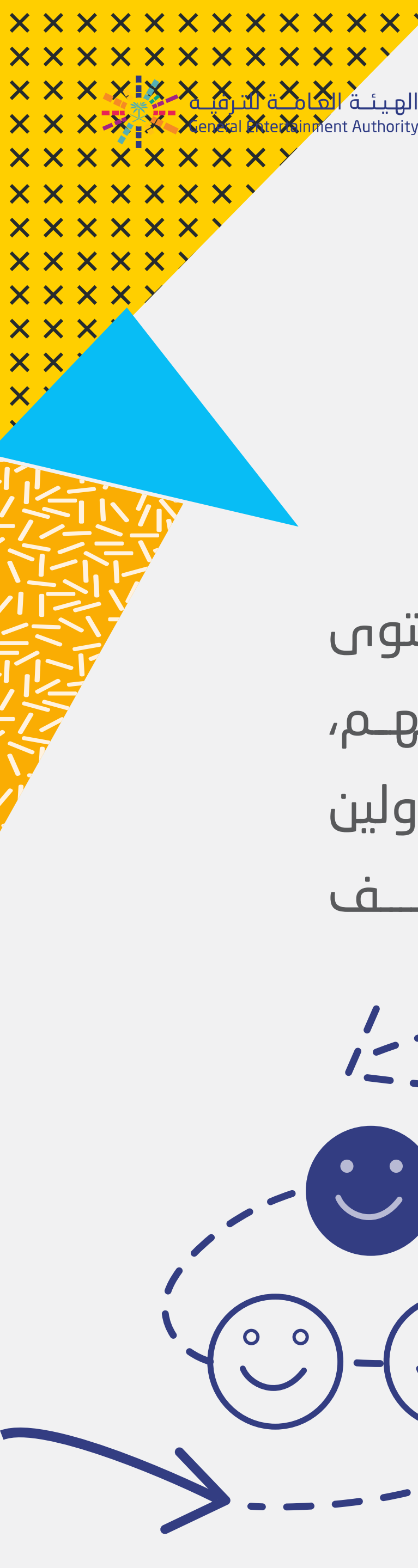
تأهيل المنظمين لخدمة العملاء بأكمل صورة وكسب رضا الزوار بالطريقة التي تم تصورها، مع استنتاج المنظم لمشاكل ومعوقات تحقيق رضا العملاء، مما يجعل المنظم قادرًا على التغلب عليها ومعالجتها بشكل أكثر دقة وفعالية.

تدريب المنظمين



ماذا سنفعل؟:

يتم تدريب منظمين البولييفارد على خدمة العملاء لأنها تشكل حلقة الوصل بين العميل الزائر والمنظمة؛ ويكون ذلك عبر تدريب المنظمين وتمكينهم من الفهم العميق لأنواع العملاء وكيفية اكتسابهم والتعامل معهم.

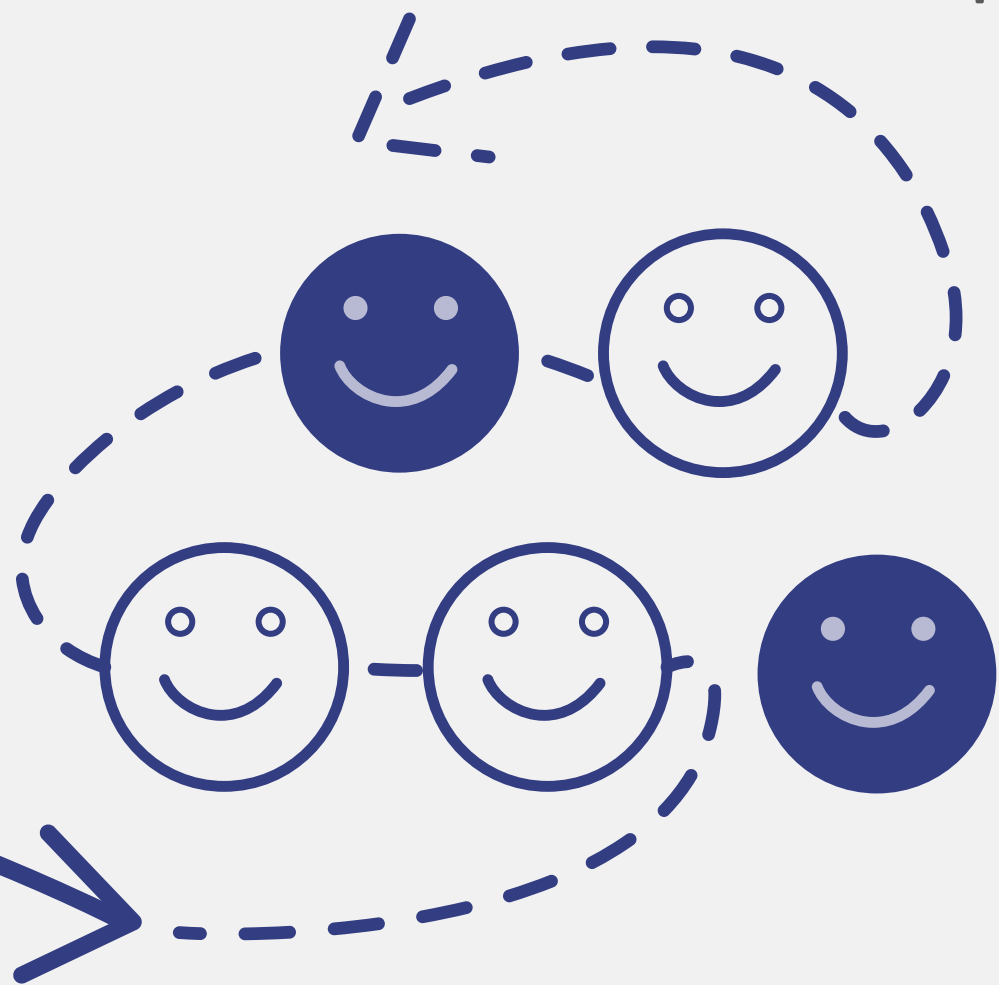


قياس رضا العملاء الداخليين (المنظمين)



ماذا ستستفيد؟:

معرفة أداء المنظمين والعاملين ومستوى مهاراتهم، وعلاقة الموظفين فيما بينهم، وعلاقة الموظفين مع المسؤولين والمشرفين وزيادة الثقة بين الموظف وزملائه ومع مرؤوسيه.



ماذا سنفعل؟:

يُعتبر الموظف «المنظم» هو العميل الأول والذي برضاه يتحقق رضا العميل الثاني «الزائر» لذلك سيتم قياس تجربة العميل الداخلي لمعرفة نقاط القوة ونقاط الضعف لتقديم التدريب والتمكين في خدمة العملاء في الصفوف الأمامية ومهارات التواصل مع العملاء لينعكس ذلك على صناعة تجربة عميل مميزة.



ماذا ستستفيد؟:

سماع صوت العميل وهو الصوت الأهم في البوليفارد وتحقيق التجربة السعيدة للزائر من خلال معالجة مكامن الخلل والمشكلات التي قد تواجهه في الفعاليات أو في المرافق أو في الاستقبال أو في أي شيء آخر من الممكن أن يكون خفيًا عن المُنظم.



قياس رضا العملاء الخارجيين (الزوار)

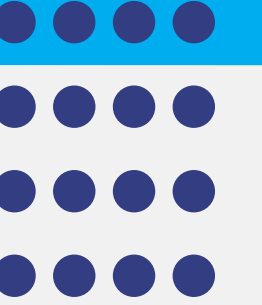
ماذا سنفعل؟:

مع تنوع ذائقة العملاء ومرجعهم الثقافي لابد من التحقق من نوعية التجارب التي يخوضونها في الفعاليات التي يتم تنفيذها؛ وذلك لتحقيق رضاهم. ولتحقيق الرضا سيتم قياس رضا العملاء «الزوار» وسعادتهم في المقام الأول، ولكي لا يضيع منا تحقيق الهدف الأكبر لابد من التأكد من تحقيق الأهداف الأصغر.





رحلة رصد ردود الأفعال



03

التقارير



02

تحليل البيانات



01

جمع البيانات



جمع البيانات



3 رصد ردود الأفعال في منصات التواصل المجتمعي

سيتم رصد ردود أفعال العملاء باستخدام أنظمة تقنية حديثة في منصات التواصل المجتمعي مثل تويتر، انستقرام، فيس بوك وغيرها من المنصات.



2 مقابلات شخصية

سيقوم فريق استطلاعات الرأي بمقابلة الزوار والالتقاء بعدد منهم في أماكن عشوائية داخل البوليغارد وأخذ آرائهم وانطباعاتهم عن الفعاليات واستكمال نماذج الاستطلاع من خلال أجهزة لوحية.



1 استطلاعات الكترونية (QR)

سيتم إعداد استطلاعات رأي إلكترونية من خلال باركود موجود في أكثر من موقع داخل البوليغارد أو الفعالية أو إرساله إلى العملاء عبر البريد الإلكتروني أو رسائل نصية.





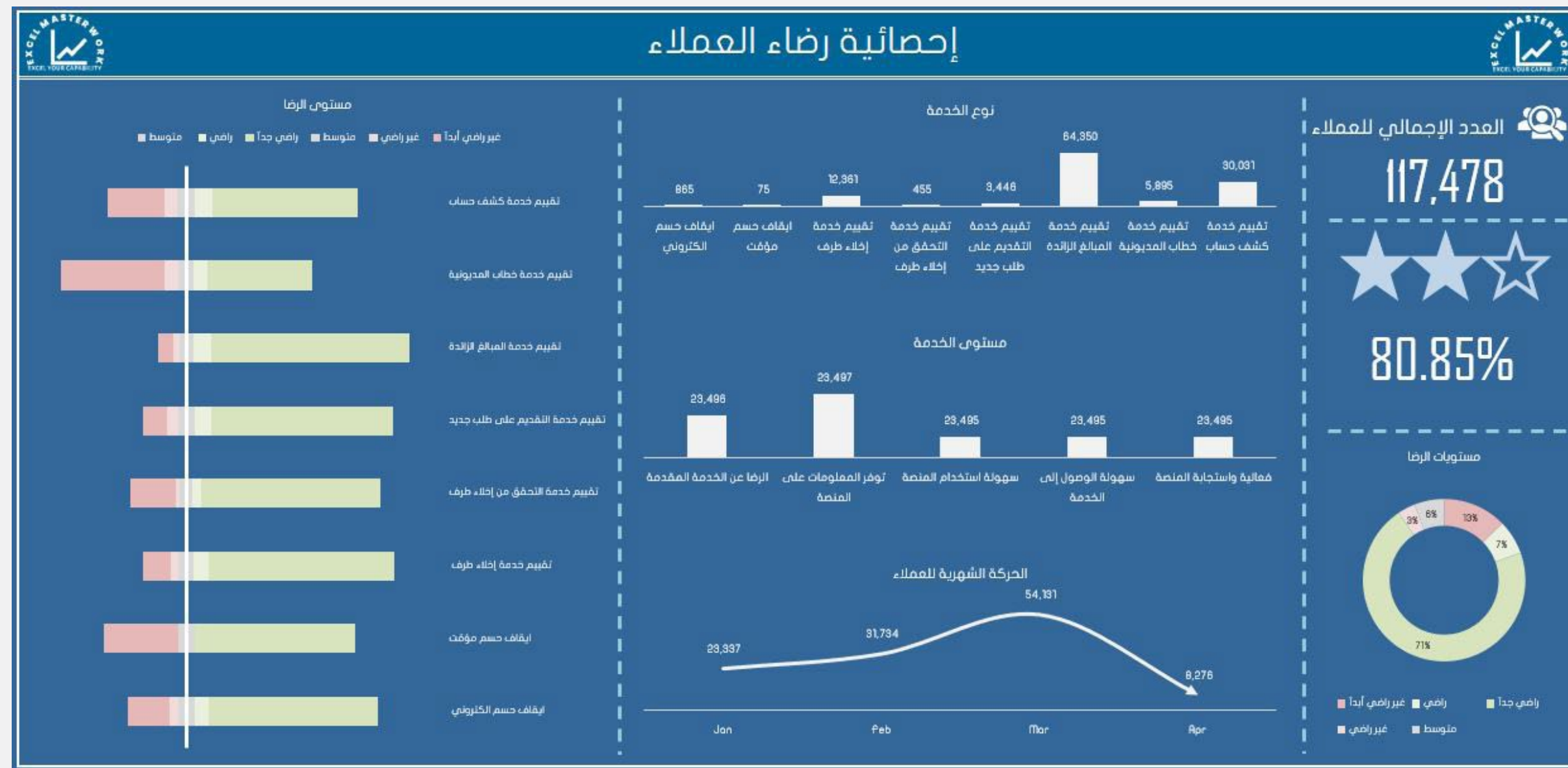
تحليل البيانات



سيتم استخدام عدد من الأنظمة التحليلية لمعالجة البيانات واستخراج المعلومات منها وتزويد أصحاب المصلحة فيها مما يسهل من خلالها إعداد التقارير واتخاذ القرارات.

التقارير

يتم الإستفادة من المعلومات التي تم استخراجها بعد تحليل البيانات وعكسها على لوحة مؤشرات قياس رضا العملاء (**Dashboard**) وكذلك إعداد تقارير دورية حول أبرز المعلومات لتعزيز نقاط القوة والفرص لتحسين ومعالجة مكامن الخلل بشكل يومي أو أسبوعي حسب الرغبة أو عند الحاجة.



من نحن



منشأة متخصصة بتجربة العميل، متطلعة بشغف لتحسين تجارب عملاء شركائها، من خلال تقديم الدراسات والاستشارات وأبحاث السوق والتدريب في مجالات خدمة العملاء ومراكز الاتصال وقياس رضا العملاء.

رؤيتنا:

الوصول لمكانة عالية في السوق بخلق الفرق لعملائنا وتحقيق الأرقام القياسية والجودة العالية مع الثقة الدائمة والفهم الواسع والاطلاع المستمر.

رسالتنا:

تقديم خدمات متخصصة ومتميزة في مجال الأبحاث والدراسات وتقديم الاستشارات والتدريب والحلول للمنظمات الحكومية والقطاع الخاص في مجال تحسين تجربة العميل.

نفخر بتقديم:

خدماتنا في مجال تجربة العميل للمنظمات:

تدريب الكوادر البشرية
على تجربة العميل.

بناء وتنفيذ قياس تجربة
العميل بكافة أدواتها.

تطوير منهجيات وأساليب
تجربة العميل.

تقييم تجربة العميل
ومستوى النضج.

تأسيس وتشغيل إدارة
تجربة العميل.

يسرنا في القرار الصحيح أن نعمل معكم على تقديم العديد من الخدمات، على سبيل المثال لا الحصر:

- ◆ تقديم دراسة موسعة في تجربة العميل بناءً على جمع ردود أفعال زوار البوليغارد في كافة منصات التواصل الاجتماعي على فترات سابقة أو حالية وتقديم مخرجات تساهم في تطوير وتحسين أشمل وأكثر فاعلية مما ورد في هذا التقرير.
- ◆ رسم وتصميم رحلة الزائر.
- ◆ تقديم استطلاعات الرأي لقياس مستوى رضا وولاء العملاء سواءً عن طريق استطلاعات الرأي المباشرة أو الغير المباشرة.
- ◆ تقديم تقارير لرصد ملاحظات العملاء بشكل محايد من خلال زيارات العميل الخفي.
- ◆ تقديم قياس تجربة العميل الداخلي (الموظفين).
- ◆ رحلة رصد ردود الأفعال.



القرار الصحيح
RIGHT DECISION



0551355222