

# تجربة مستخدم مترو الرياض





قطاع النقل يعتبر أحد مفاتيح التنمية المستدامة وعصب اقتصادي حيوي يعتمد نجاحه على مدى توفر البنية الأساسية للطرق ووسائل النقل متعددة الوسائط، فمساهمة قطاع النقل تتركز في إزالة العوائق المادية والقانونية والإدارية لتحفيز النمو الاقتصادي في القطاعات ذات العلاقة بتوفير وسائل النقل، ومن هنا ينشأ التحدي في العمل على جودة الخدمات المقدمة للعملاء وأهمية دراسة تجربة مستخدمي مترو الرياض.



هيئة حكومية سعودية تتمتع بالاستقلال المالي والإداري أنشئت عام 1433هـ بهدف تنظيم خدمات النقل العام للركاب داخل المدن وبين المدن والإشراف عليها وتوفيرها بالمستوى الجيد بتكلفة مناسبة مع تشجيع الاستثمار في هذا القطاع بما يتفق مع أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة بالإضافة الى توفير الظروف الملائمة لجذب الاستثمارات, كما يوفر بيئة نقل ذات كفاءة وجودة عالية وبكلفة ملائمة, تركز على أحدث التقنيات وتعزز فرص الاستثمار في صناعة النقل بما يحقق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية, وبما يحقق رؤية المملكة 2030.



## مفهوم تجربة العميل

### تجربة العميل

هي التفاعلات والتجارب التي يمتلكها العميل طوال رحلته بأكملها من أول اتصال إلى أن يصبح عميلاً سعيداً ومخلصاً وتعد تجربة العملاء جزءاً لا يتجزأ من إدارة علاقات وخدمة العملاء ويعود السبب في أهميتها، أن العميل الذي يتمتع بتجربة إيجابية مع المنظمة من المرجح أن يصبح عميلاً متكرراً ومخلصاً.





### السمعة الجيدة

هي الهدف الأسمى لكل منظمة سواءً كانت عامة أو خاصة، ولا يتم ذلك إلا بتقديم خدمة مميزة أو منتج فريد. ولا يمكن التحقق من رضا العميل إلا بالعودة للعميل المستخدم لهذا المنتج أو الخدمة، لذا لا بد 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. إن مجرد فهم رحلة العميل لا يكفي عادة؛ ومن الأفضل تصور ذلك في رسم تخطيطي يمكن الرجوع إليه عند التخطيط والتنفيذ.



## فوائد تخطيط رحلة العميل

- تركيز المنظمة من منظور داخلي. 🚧
- إنشاء قاعدة عملاء مستهدفة جديدة. 🚧
- تنفيذ خدمة العملاء الإستباقية. 🚧
- انشاء عقلية تركز على العملاء في جميع أنحاء المنظمة. 🚧
- تحسين معدل الاحتفاظ بالعملاء. 🚧



### ماذا سنفعل:

سيتم رسم وتصميم الرحلة التي سيمر فيها الراكب من لحظة تفكير العميل (**الراكب**) باستخدام تجربة المترو من أول محطة وهي التفكير بتجربة المترو، ومن ثم استخدامها وسهولة التعليمات والإجراءات التي سيمر فيها ومعرفة نقاط الإلتماس ومستوى الشعور والتطلعات لدى الراكب.

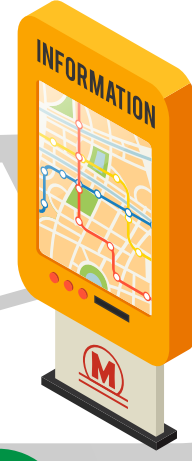
### ماذا ستستفيد:

التأكد من مروره بجميع المرافق والاستفادة منها وتنوع جميع أنواع الدفع الإلكتروني وتحقيق تجربة الراكب السعيد.



# رسم رحلة الراكب

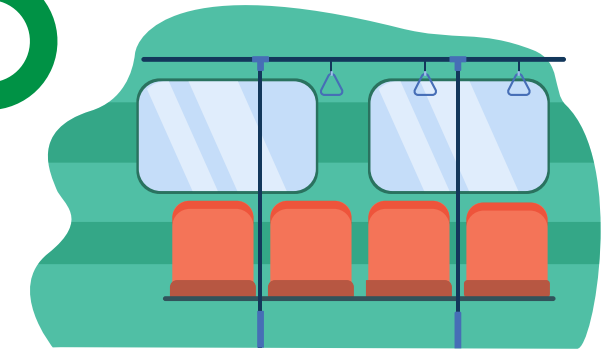
الوصول للوجهة  
المحددة وتحقيق  
تجربة الراكب السعيدة



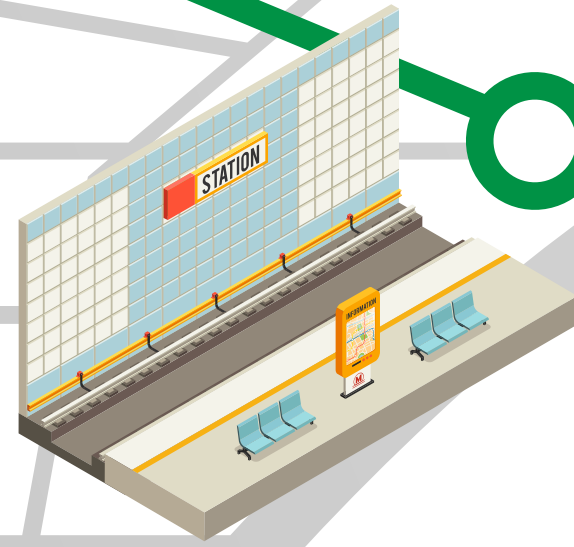
اختيار البطاقة أو التذكرة  
والسعر الذي يناسب الراكب



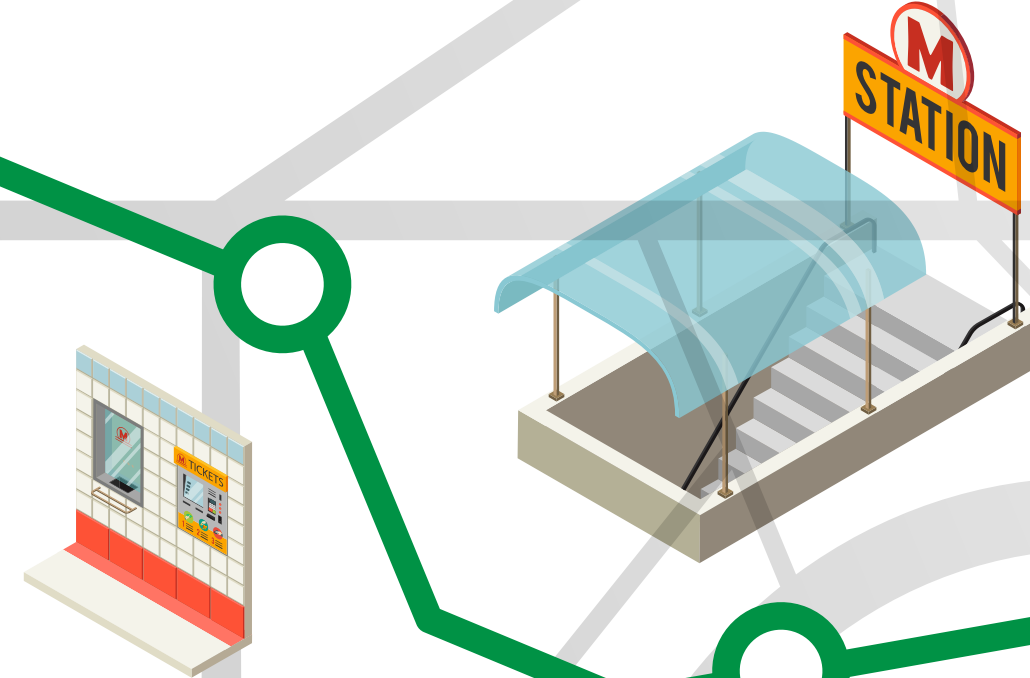
من لحظة التفكير  
بتجربة المترو



ركوب المترو وسهولة  
الحصول على مقعد



التوجه الى مكاتب التذاكر /  
اجهزة التذاكر



تحديد الطريقة المناسبة  
للوصول إلى المحطة



تحديد أقرب محطة للراكب من  
نقطة البداية  
الى نقطة نهاية الرحلة



التعرف على قواعد  
وأداب استخدام  
المترو

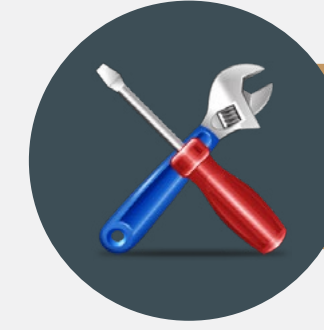


### ماذا ستستفيد؟



تأهيل الموظفين لخدمة الركاب بأكمل صورة وكسب رضاهم بالطريقة التي تم تصورها، مع استنتاج الموظف لمشاكل ومعوقات تحقيق رضا الراكب، مما يجعل الموظف قادرا على التغلب عليها بشكل أكثر دقة وفعالية.

### ماذا سنفعل؟



يتم تدريب موظفي المترو على خدمة العملاء لأنها تشكل حلقة الوصل بين العميل والهيئة؛ ويكون ذلك عبر تدريب الموظفين وتمكينهم من الفهم العميق لمناطق الخدمات وأيضا لأنواع الركاب وكيفية ارشادهم وطرق التعامل معهم.





## قياس رضا العملاء الداخليين - الموظفين

### ماذا ستستفيد؟



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

### ماذا سنفعل؟



يعتبر الموظف هو العميل الأول والذي برضاه  
يتحقق رضا العميل الثاني (الراكب) 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 راكب  
مميزة.





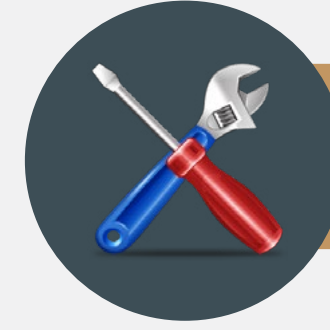
## قياس رضا العملاء الخارجيين - الركاب

### ماذا ستستفيد؟



سماع صوت الراكب وهو الصوت الأهم وتحقيق التجربة السعيدة للراكب من خلال معالجة مكامن الخلل والمشكلات التي قد تواجهه في الخدمات.

### ماذا سنفعل؟



بتنوع ذائقة العملاء ومرجعهم الثقافي لا بد من التحقق من نوعية التجارب التي يخوضونها في الخدمات التي سيتم تقديمها؛ وذلك لتحقيق رضاهم. ولتحقيق الرضا سيتم قياس رضا العملاء (الركاب) وسعادتهم في المقام الأول، ولكي لا يضيع منا تحقيق الهدف الأكبر لا بد من التأكد من تحقيق الهدف الأصغر.







01

**استطلاعات الكترونية (QR)**  
سيتم إعداد استطلاعات رأي إلكترونية من خلال باركود موجود في أكثر من موقع داخل المحطات أو إرساله إلى العملاء عبر البريد الإلكتروني أو رسائل نصية.

02

**المقابلات شخصية**  
سيقوم فريق استطلاعات الرأي بمقابلة الركاب والالتقاء بعدد منهم في أماكن عشوائية داخل المحطات والمترو وأخذ آرائهم وانطباعاتهم عن الخدمات واستكمال نماذج الاستطلاع من خلال أجهزة لوحية.

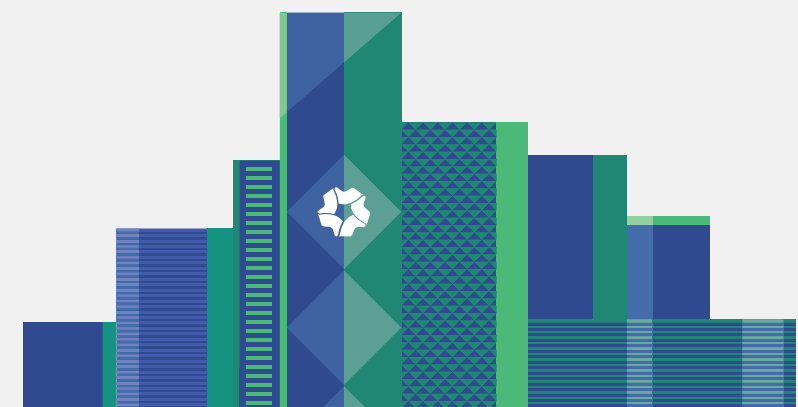
03

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

## تحليل البيانات

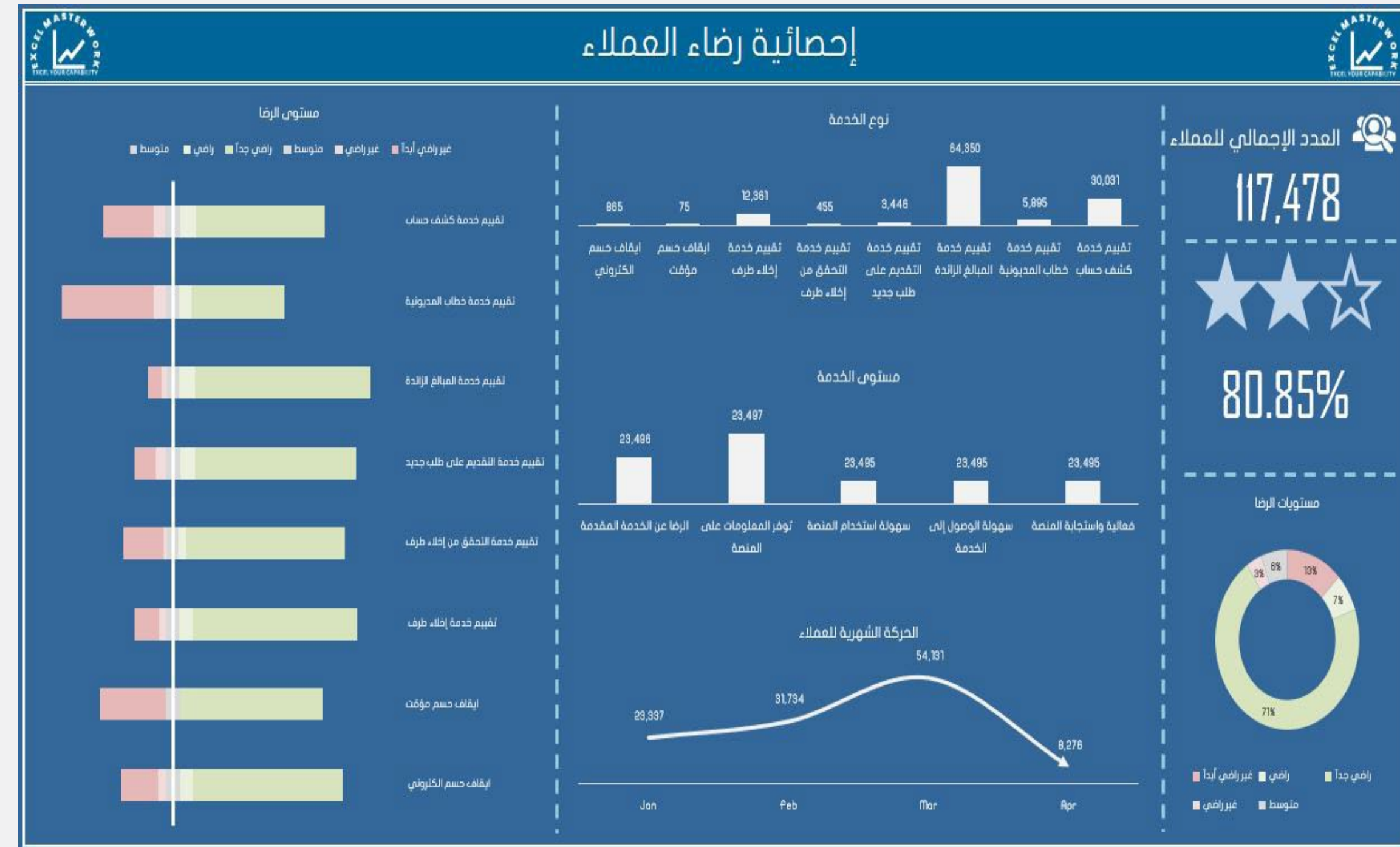


سيتم استخدام عدد من الأنظمة التحليلية لمعالجة البيانات واستخراج المعلومات منها وتزويد أصحاب المصلحة فيها مما يسهل من خلالها إعداد التقارير واتخاذ القرارات.





يتم الاستفادة من المعلومات التي تم استخراجها بعد تحليل البيانات وعكسها على لوحة مؤشرات قياس رضا العملاء , وكذلك اعداد تقارير دورية حول ابرز المعلومات لتعزيز نقاط القوة والفرص لتحسين ومعالجة مكامن الخلل بشكل يومي أو اسبوعي حسب الرغبة أو عند الحاجة.



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 بناء على جمع ردود أفعال الركاب 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 الراكب.
- تقديم استطلاعات الرأي لقياس مستوى رضا وولاء العملاء سواء عن طريق استطلاعات الرأي المباشرة والغير 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