



تحظى السياحة اليوم بأهمية كبيرة وميزة كونها أهم الصناعات في العالم، وهي احدى أكبر الدعائم الأساسية التي تعزز النمو الاقتصادي و تسهم في إنعاش الحركة الاستثمارية، وسيفتح نمو قطاعنا السياحي بوابة للعالم نستعرض من خلالها تنوع ثقافتنا بتراثها الفني وبضياتها الممتدة عبر الاجيال ، كما نشاهد اليوم مدينة نيوم وهي احد اكبر المشاريع التي ستسهم في دعم القطاع السياحي وقطاعات اخرى حيث تجسد نيوم رؤية تعتمد على تنمية مستدامة تتوفر فيها افضل الفرص الاقتصادية وسبل العيش ، وبذلك ينشأ التحدي في العمل على جودة الخدمات التي ترضي كافة الرغبات والاذواق المختلفة للعملاء (السياح) ومن هنا تأتي الحاجة لدراسة تجربة السائح.



وزارة السياحة Ministry of Tourism

تهدف إلى الاهتمام بالقطاع السياحي بجميع جوانبه، وذلك بتنظيمها وتنميتها وترويجها. وتعمل وزارة السياحة التطلع دائما إلى تعزيز دور قطاع السياحة وتذليل عوائق نموه معتمدة على عوامل ومقومات هائلة تتمتع بها المملكة.

من ضمن رؤية 2030 أجرت المملكة عددا من الإصلاحات الشاملة في قطاع السياحة، إذ فتحت أبوابها للسياحة، ورحبت بالزائرين من 49 دولة من خلال توفير التأشيرات الإلكترونية فور وصولهم، كما تبذل جهودا كبيرة للحفاظ على التراث المادي وغير المادي، وتضم أرضها مئات المواقع الثقافية والتراثية من بينها خمسة مواقع مدرجة ضمن قائمة منظمة اليونسكو التي تعد المملكة عضوا مؤسساً فيها، وعضواً في مجلسها التنفيذي المنتخب في نوفمبر 2019.



تجربة العميل

هي التفاعلات والتجارب التي يمتلكها العميل طوال رحلته من أول اتصال إلى أن يصبح عميلًا سعيدًا مخلصًا، وتعد تجربة العميل جزءًا من إدارة علاقات خدمة العملاء، والسبب؟ هو أن العميل الذي يتمتع بتجربة إيجابية مع المنظمة من المتوقع أن يصبح عميلًا متكررًا ومخلصًا.



السمعة الجيدة

هي الهدف الأسمى لكل منظمة سواءًا 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. مجرد فهم رحلة العميل لا يكفي عادة ومن الأفضل تصور ذلك في رسم تخطيطي يمكن الرجوع اليه 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 السائح من لحظة تفكير العميل (السائح) بزيارة المملكة العربية السعودية 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:

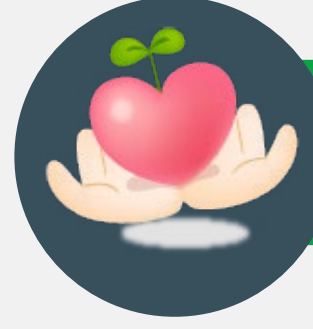
التأكد من مروره بمختلف المناطق السياحية والاستمتاع والاستفادة من المناطق التراثية والثقافية وتحقيق تجربة السائح السعيد والمسوق للسياحة في المملكة.



توجه السائح الى المناطق السياحية المرغوبة واستمتاعه بها

رحلة السائح للمملكة





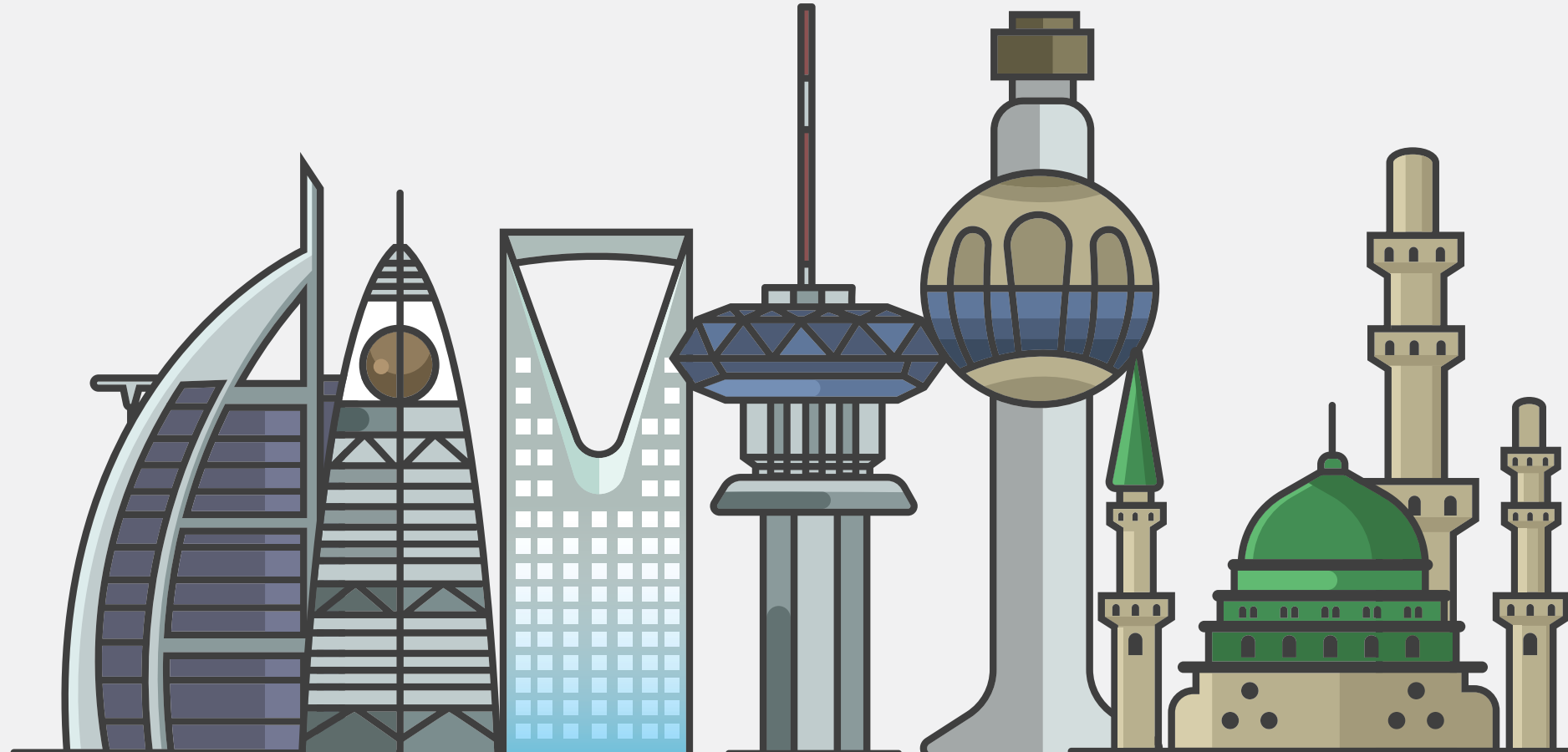
ماذا ستستفيد؟:

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

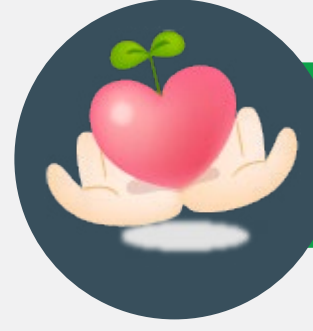


ماذا سنفعل؟:

يتم تدريب مرشدي السياح على خدمة العملاء لأنها تشكل حلقة الوصل بين العميل السائح والمملكة ؛ ويكون ذلك عبر تدريب المرشدين وتمكينهم من الفهم العميق للمناطق السياحية وأيضا لأنواع السياح وكيفية ارشادهم وطرق التعامل معهم.



قياس رضا العملاء الداخليين - مرشدين السياح



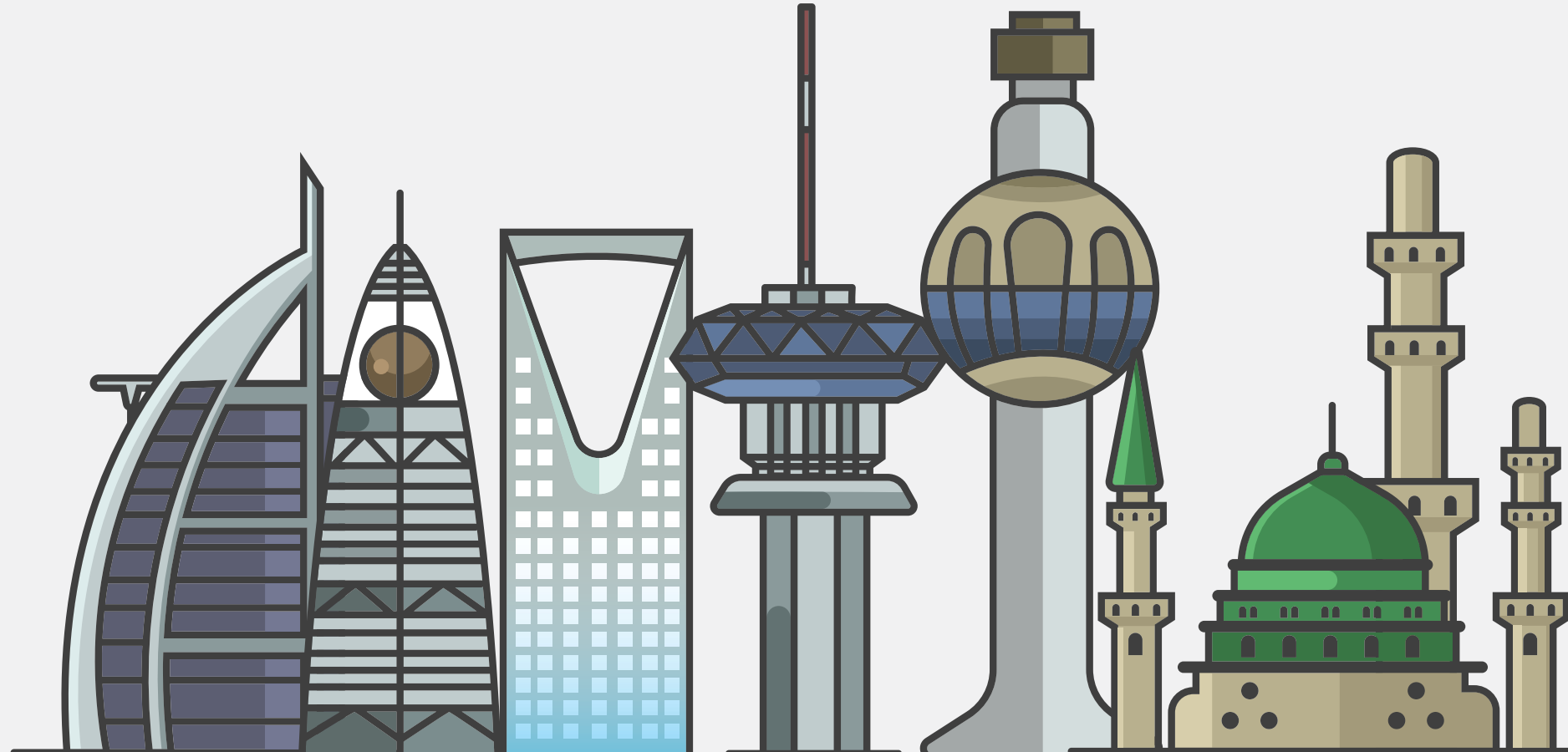
ماذا ستستفيد؟:

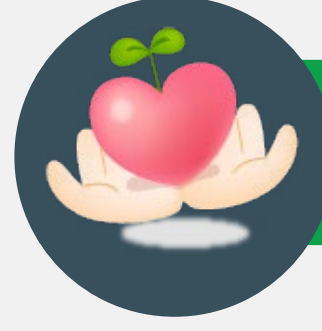
معرفة أداء المرشدين ومستوى مهاراتهم،
وعلاقة المرشدين فيما بينهم، وعلاقة
المرشدين مع المسؤولين والمشرفين وزيادة
الثقة بين المرشد وزملائه ومع مرؤوسيه.



ماذا سنفعل؟:

يعتبر الموظف «المرشد السياحي» هو العميل
الأول والذي برضاه يتحقق رضا العميل الثاني
«السائح» 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 السائح وهو الصوت الأهم وتحقيق التجربة السعيدة للسائح من خلال معالجة مكان الخلل والمشكلات التي قد تواجهه في المناطق السياحية أو في أي شيء آخر من الممكن أن يكون خفياً عن المرشد.

قياس رضا العملاء الخارجيين - السياح



ماذا سنفعل؟:

تنوع ذائقة العالم ومرجعهم الثقافي البدء من التحقق من نوعية التجارب التي يخوضونها في الجدول السياحي التي سيتم رسمها؛ وذلك لتحقيق رضاهم، ولتحقيق الرضا سيتم قياس رضا العملاء (السياح) وسعادتهم في المقام الأول، ولكي لا يضيع منا تحقيق الهدف الأكبر لا بد من التأكد من تحقيق الهدف الأصغر.

رحلة تمثيلية للسائح ليوم واحد في منطقة الشرقية



السكن في شاطئ
الدانة والافطار



زيارة مركز اثراء



الغداء في مطعم اوريا



شرب القهوة في
alley cafe



الغوص في البحر

مناطق سياحية بالمملكة يمكن اجراء الدراسات فيها



السودة



مدائن صالح



العلا



مدينة الملك عبدالله المالية بجدة

مناطق سياحية بالمملكة يمكن اجراء الدراسات فيها



جزيرة بيضاء



كروز جدة



جزر فرسان



أملج

رحلة رصد ردود افعال السياح





01

استطلاعات الكترونية (QR)

سيتم إعداد استطلاعات رأي إلكترونية من خلال باركود موجود على البروشور التعريفي أو إرساله إلى العملاء عبر البريد الإلكتروني أو رسائل نصية.

02

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.



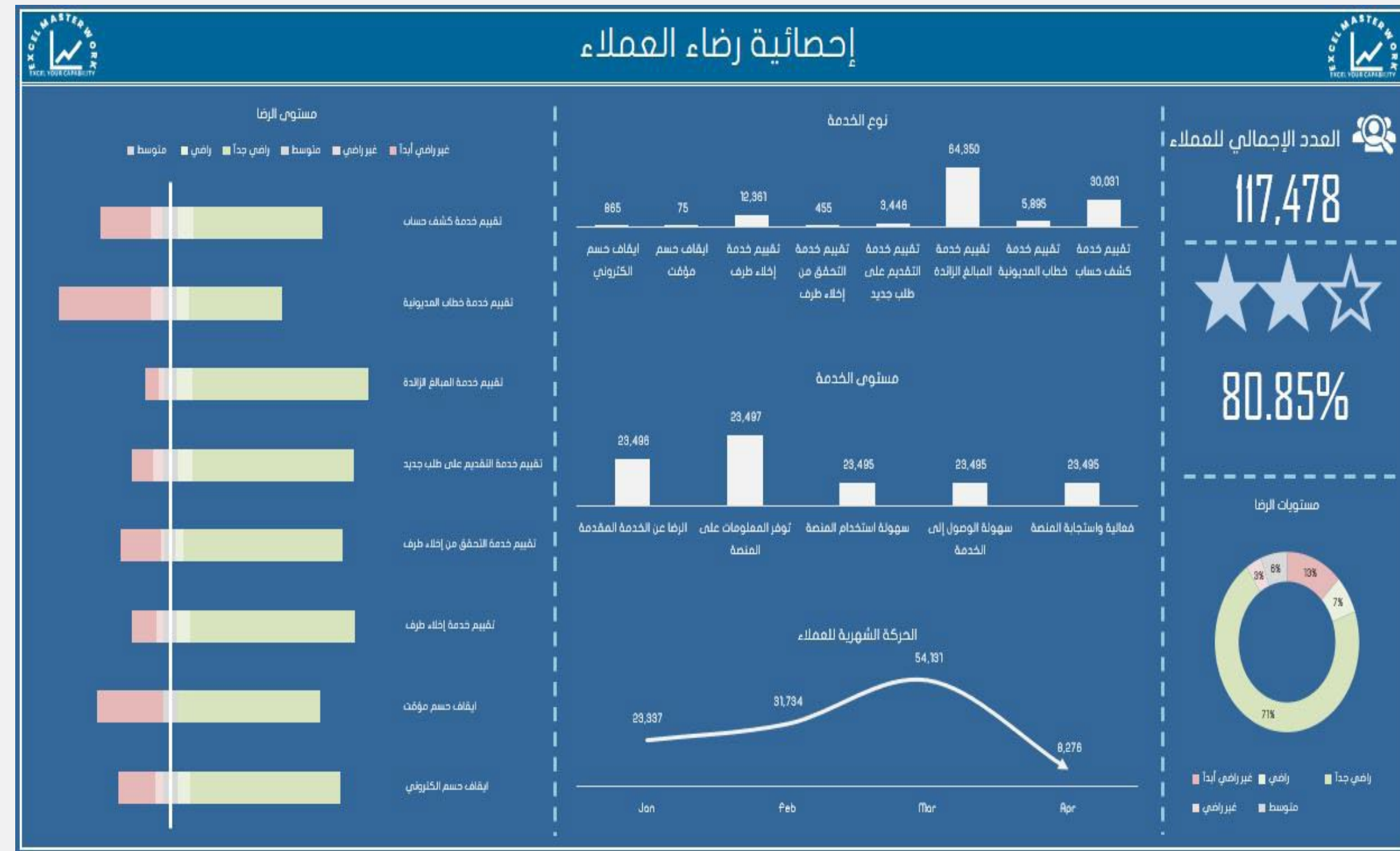
تحليل البيانات



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



يتم الإستفادة من المعلومات التي تم استخراجها بعد تحليل البيانات وعكسها على لوحة مؤشرات قياس رضا العملاء , وكذلك اعداد تقارير دورية حول أبرز 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:

- ◆ رسم وتصميم رحلة الزائر الشاملة وكذلك رسم الرحلة لكل منطقة أو فعالية سياحية .
- ◆ تنفيذ استطلاعات الرأي لقياس مستوى رضا وولاء العملاء المباشرة والغير المباشرة.
- ◆ تقديم دراسات لرصد ملاحظات العملاء بشكل محايد من خلال زيارات العميل الخفي.
- ◆ تنفيذ دراسة لقياس تجربة العميل الداخلي (المرشدين).

◆ رصد ردود الأفعال وتقديم دراسة موسعة في تجربة العميل بناء على جمع ردود أفعال السائحين في كافة منصات التواصل الإجتماعي على فترات سابقة أو حالية لتقديم مخرجات تساهم في تطوير وتحسين أشمل وأكثر فاعلية مما ورد في هذا التقرير.



القرار الصحيح
RIGHT DECISION



0551355222