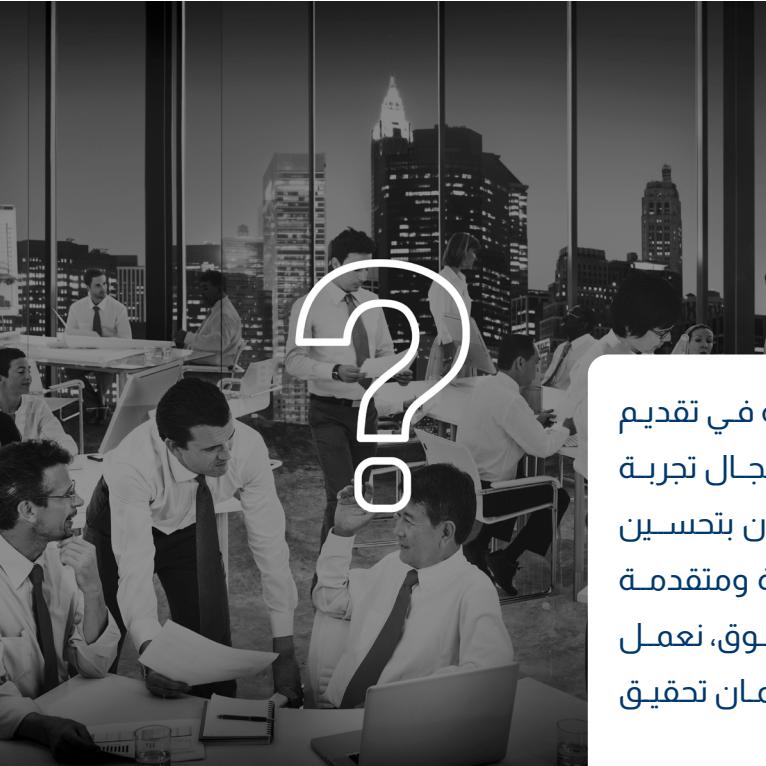




القرار الصحيح
RIGHT DECISION

لاستشارات تجربة العميل

لأننا نؤمن بأن العميل عندما يكون أولاً:
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.

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 ومرتكزة على الابتكار في جميع جوانب تجربة العميل.



رسالتنا:

نلتزم بتقديم خدمات استشارية متخصصة ومت米زة 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 يسهم في بناء علاقة دائمة وموثوقة مع عملائها.

قيمنا الأساسية

 <h3>الابتكار</h3> <p>نسعى باستمرار للابتكار وتقديم حلول جديدة تتماش مع التطورات الحديثة في تجربة العميل.</p>	 <h3>العميل أولاً</h3> <p>نؤمن بأن العميل يجب أن يكون دائماً في صميم كل ما نقوم به.</p>	
 <h3>التعاون البناء</h3> <p>نؤمن بأن النجاح يتحقق من خلال التعاون الفعال بين فريق العمل، العملاء، والشركاء.</p>	 <h3>الجودة الشاملة</h3> <p>نلتزم بتقديم أعلى معايير الجودة في جميع خدماتنا لضمان تحقيق أفضل النتائج للعملاء.</p>	 <h3>الاستدامة</h3> <p>نحرص على تقديم حلول مستدامة تحافظ على رضا العملاء على المدى الطويل.</p>

أهدافنا



تطوير الكوادر البشرية

نحرص على تأهيل كوادرنا بالمهارات الالزمة للريادة وتقديم خدمات متميزة تحقق رضا العملاء.



خلق قصص نجاح

نقدم حلولاً مبتكرة لخلق قصص نجاح مميزة وتقديم تجارب استثنائية تفوق توقعات العملاء.



بناء شراكات مستدامة

تعزيز شراكات مستدامة لتطوير تجربة العميل، من خلال تعاون طويل الأمد يحقق النجاح المشترك.



تعزيز الاستدامة

ندمج الاستدامة في حلولنا لضمان تأثير إيجابي ومستدام للعملاء والمجتمع.



الارتقاء بالجودة الشاملة

نلتزم بأعلى معايير الجودة لتقديم خدمات متميزة تعزز مكانة عملائنا في السوق.

خدماتنا

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



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.



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.



كيف نبني الاستراتيجيات لتجربة العميل؟

لبناء استراتيجية تجربة العميل مستمدّة من استراتيجية المنظمة، نتبع منهجية وفق المراحل التالية:

المرحلة الأولى:



تحليل الوضع الحالي

تحليل البيانات المجمعة لتحديد نقاط القوة والضعف في تجربة العميل الحالية وذلك باستخدام إطار عمل شامل متعارف عليه.

تحليل الفجوات بين الوضع الحالي والتوقعات المرجوة من تجربة العميل.

إعداد تقرير مفصل يتضمن النتائج والتوصيات المبدئية لتحسين تجربة العميل.



جمع البيانات

جمع البيانات النوعية والكمية حول تجربة العميل الحالية من خلال استبيانات، مقابلات، وورش العمل مع أصحاب المصلحة.

مراجعة وثائق وسياسات وإجراءات الوزارة الحالية المتعلقة بتجربة العميل.

استخدام أدوات قياس رضا العملاء الحالية لتحليل البيانات المتاحة.



كيف نبني 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.



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 رحلة العميل؟

البحث والاستقصاء:

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

تطوير شخصيات العملاء (Personas):

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

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.

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..



فهم العملاء
(Empathy)

01

المرحلة
الرحالة الحالية



تحديد
نقاط الاتصال
(Touchpoints)
والاحتياجات



رسم خرائط
رحلات العملاء
Customer Journey
Mapping

كيف نصمم ونطور رحلة العميل؟

جلسات العصف الذهني:

عقد جلسات عصف ذهني تولد أفكاراً 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 حقيقة حول الطول المقترحة.



تصميم الحلول
والنماذج الأولية
(Prototyping)

تنفيذ التحسينات:

تنفيذ الحلول المحسنة وتعديل نقاط الاتصال وفقاً للرحلة الجديدة المصممة.



التنفيذ والمتابعة
(Implementation and Monitoring)

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

02

المرحلة

المرحلة المستقبلية



كيف نبني صوت العميل الشامل؟

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:



ربط الأهداف بالاستراتيجية العامة

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



تحديد الأهداف الاستراتيجية

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

كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

ثانياً:

جمع البيانات الحالية من مصادر متعددة



تحليل الشكاوى والاقتراحات

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



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).



المقابلات ومجموعات التركيز

إجراء مقابلات فردية وجلسات مجموعات تركيز مع العملاء لفهم تجاربهم وتوقعاتهم بشكل أعمق.



مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي

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

كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

ثالثاً:

التأكد من شمولية وتغطية كافة نقاط الاتصال (Touchpoints)



تطوير المؤشرات المناسبة

تطوير مؤشرات قياس ملائمة لكل نقطة اتصال أو خدمة، مثل معدل الرضا، سرعة الاستجابة، ومعدل التحويل (Conversion Rate).



اختيار أدوات الاستماع

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



وضع منهجية لتقدير نقاط الاتصال

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



خريطة نقاط الاتصال

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

كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

رابعاً:

تحليل البيانات واستخلاص الرؤى



استخدام أدوات تحليل متقدمة

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



تحديد نقاط الألم والفرص

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



تحليل نوعي وكمي

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

كيف نبني صوت العميل الشامل VOC؟

خامسًا:
التنفيذ والمتابعة



متابعة مؤشرات الأداء

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



تطبيق التغييرات

تنفيذ التحسينات المقترنة ورصد تأثيرها على رضا العملاء.



تطوير خطط التحسين

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

كيف نبني صوت العميل الشامل؟ VOC

سادسًا:

التواصل وإغلاق الحلقة (Closing the Loop)



تقييم رضا العملاء بعد التغيير

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



التواصل مع العملاء

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

شركاؤنا

في «القرار الصحيح»، نفخر بعلاقتنا وشراكاتنا مع عدد من الشركات المتميزة لتوفير تقنیات تجربة العميل، مثل:





برامجنا التدريبية

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

- | | |
|--------------------------------------|-----------|
| أسسيات
تجربة العميل | 01 |
| تصميم
تجربة العميل | 03 |
| إدارة
تجربة العميل | 05 |
| التخطيط الاستراتيجي
لتجربة العميل | 07 |
| قياس
تجربة العميل | 02 |
| ثقافة
تجربة العميل | 04 |
| أداء
تجربة العميل | 06 |

القطاعات المستهدفة

نستهدف مجموعة واسعة من القطاعات، بما في ذلك:

القطاع العام الحكومي:

الوزارات، الهيئات، والشركاتشبه الحكومية.



القطاع الخاص:

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



الأفراد:

نسعى لتطوير مهارات الشغوفين في مجال تجربة العميل.



عملاؤنا



رؤيتنا للمستقبل

نؤمن بأن المستقبل يحمل في طياته فرصاً وتحديات جديدة، ونسعى باستمرار للابتكار وتطوير حلول متقدمة لتحسين تجربة العميل. نتطلع إلى التوسيع الدولي وتتوسيع نطاق خدماتنا لتشمل أوسواًًاً 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
- [@RightDecisionSA](https://twitter.com/RightDecisionSA)
- [0551355222](tel:0551355222)