

1. عنوان البحث

أثر تطبيق أدوات التحول الرقمي على تحسين تجربة العميل: دراسة حالة على الشركات الناشئة في قطاع التجزئة.

2. مقدمة البحث

يشهد عالم الأعمال المعاصر تحولاً جذرياً مدفوعاً بالتقدم التكنولوجي المتسارع، حيث لم يعد "التحول الرقمي" مجرد خيار تكميلي، بل أصبح ضرورة استراتيجية للبقاء والنمو. تعتمد الشركات الناشئة بشكل أساسي على ابتكار نماذج عمل رقمية تهدف إلى تقليص الفجوة بين توقعات العميل والخدمات المقدمة. تتناول هذه الدراسة كيفية استغلال التقنيات الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، في صياغة تجربة مستخدم فريدة تتسم بالسرعة والكفاءة، مما يعزز من ولاء العملاء في سوق يتميز بالمنافسة الشديدة.

3. المشكلة التي يتطرق لها البحث

على الرغم من التوجه المتزايد نحو الرقمنة، تواجه العديد من الشركات الناشئة تحدياً في الموازنة بين "الأتمتة" و"اللمسة الإنسانية" في خدمة العملاء. تكمن المشكلة في وجود فجوة معرفية وتطبيقية حول نوعية الأدوات الرقمية الأكثر فعالية في التأثير الإيجابي على رضا العميل، حيث إن الاستثمار الخاطئ في تقنيات معقدة قد يؤدي إلى نتائج عكسية تنفر العميل بدلاً من جذبها. لذا يسعى البحث للإجابة على التساؤل: "كيف يؤثر التحول الرقمي على مستويات رضا وولاء العميل في بيئة الشركات الناشئة؟"

4. أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

- **الأهمية العلمية:** إثراء المكتبة العربية ببحث يربط بين التقنيات الحديثة وسلوك المستهلك في بيئة ريادة الأعمال.
- **الأهمية العملية:** تزويد رواد أصحاب المشاريع الناشئة بإطار عملي يساعدهم في اختيار الاستثمارات الرقمية الصحيحة التي تخدم تجربة العميل.

- **الميزة التنافسية:** مساعدة الشركات على فهم كيف يمكن للرقمنة أن تكون وسيلة لخفض التكاليف التشغيلية مع رفع جودة الخدمة في آن واحد.

5. قائمة المراجع

1. الصيرفي، محمد (2022). *الإدارة الرقمية: التحول من التقليدية إلى الرقمنة*. دار الفكر الجامعي.
2. العنزي، فهد (2021). "أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في الشركات الناشئة"، *المجلة العربية للإدارة*.
3. Bonnet, D & Westerman, G. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
4. الموقع الرسمي لهيئة منشآت (تقارير حول التحول الرقمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة).