

تجربة العميل وتأثيرها على رضا العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية

أسم الطالب :
نواف محمد الجويرش

مشروع تخرج ١
كلية الادارة -جامعة ميداووشن

إشراف :
د آلاء احمد
د سارة فريد

الفصل الدراسي الأول - 2026

المقدمة

تعتبر تجربة العميل من العناصر الحيوية التي تحدد نجاح المؤسسات في الأسواق التنافسية الحالية. فهي تؤثر مباشرة على مستوى رضا العملاء وولائهم،

مما ينعكس بدوره على أداء المؤسسة وربحياتها. على الرغم من الاهتمام المتزايد بتجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية،

إلا أن هناك فجوة واضحة في الدراسات التي تربط بين تحسين تجربة العميل وقياس رضا العملاء بشكل منهجي.

يهدف هذا البحث إلى تحليل العلاقة بين تجربة العميل ورضا العملاء في قطاع التجزئة السعودي،

مع التركيز على تحديد المشكلات التي تواجه المؤسسات في تحسين تجربة العملاء.

يعرض البحث أيضًا البيانات الناتجة عن الدراسات السابقة ويوضح كيف يمكن الاستفادة منها لتطوير استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العميل

مشكلة البحث

تكمّن مشكلة البحث في وجود فجوة معرفية حول كيفية تأثير تجربة العملاء على رضاهم في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية، إذ تفتقر المؤسسات إلى أدوات واستراتيجيات فعالة لقياس وتحسين هذه التجربة بما ينعكس على رضا العملاء وولائهم.

صياغة السؤال البحثي:
كيف تؤثر تجربة العملاء على رضا العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية

أهمية البحث

- على المستوى النظري: يساهم البحث في إثراء الأدبيات الأكاديمية حول تجربة العملاء ورضاهم في قطاع التجزئة، مع تقديم إطار واضح لقياس هذه المتغيرات.
- على المستوى التطبيقي: يوفر نتائج واستراتيجيات عملية تساعد المؤسسات في تحسين تجربة العملاء، مما يزيد رضاهم وولائهم ويعزز أداء الشركات وربحياتها

قائمة المراجع

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2 0 1 6). Understanding customer experience throughout the customer journey. Journal of Marketing, 8 0 (6), 6 9 – 9 6 . <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Schmitt, B. (2 0 1 0). Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers. Wiley
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2 0 0 9). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. Journal of Retailing, 8 5 (1), 3 1 – 4 1
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2 0 1 7). Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept. Journal of the Academy of Marketing Science, 4 5 (3), 3 7 7 – 4 0 1
- Al-Abdulkareem, A. (2 0 2 1). Customer satisfaction and retail management in Saudi Arabia. International Journal of Business and Management Studies, 1 3 (2), 4 5 – 5 8