

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة / إدارة أعمال

عنوان البحث:

(تحسين تجربة العملاء كميزة تنافسية في شركات حلول الأعمال).

إعداد الطالب /

الهام علي محمد القحطاني

إشراف /

د. طارق محمد

د. وليد الليثي

العام الدراسي :

2025

المقدمة:

أصبحت تجربة العملاء عناصر التنافس بين الشركات حيث لم يعد رضا العميل مرتبطاً فقط بجودة المنتج أو الخدمة ، بل بجميع نقاط التواصل التي يمر بها . بالنسبة لشركات الاستشارات و حلول الأعمال ، تمثل تجربة العميل فرصة استراتيجية لزيادة ولاء العملاء و الحفاظ على حصتها السوقية.

مشكلة البحث :

رغم أن الكثير من الشركات تقدم خدمات متشابهة إلا أن مستوى تجربة العميل قد يكون ضعيفاً من حيث سهولة التواصل ، سرعة الاستجابة ، أو وضوح الحلول ، هذا قد يؤدي إلى فقدان العملاء أو تراجع ولائهم.

أهداف البحث :

- تحليل الوضع الحالي لتجربة العملاء في شركة مواردكم.
- تحديد نقاط القوة و الضعف في رحلة العميل.
- اقتراح إطار عمل لتحسين تجربة العملاء و زيادة ولائهم.

أهمية البحث :

- يساهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة.
- يساعد الإدارة في بناء علاقة طويلة المدى مع العملاء.
- يدعم توجه السوق السعودي نحو رفع جودة الخدمات و تحسين رضا العملاء.

منهجية البحث :

- مقابلات مع عملاء حاليين و مستقبليين للشركة.
- استبيانات لقياس رضا العملاء الحاليين.
- تحليل رحلة العميل (Customer Journey Mapping).
- مراجعة الأدبيات الأكاديمية حول تجربة العملاء و إدارتها.

النتائج المتوقعة :

- رحلة العميل بالشركة
- خطة عملية لتحسين تجربة العميل وزيادة ولائه.
- توصيات قابلة للتطبيق لتعزيز التنافسية.