JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في رحلة الضيف واستراتيجية الولاء

1 – 12 فبراير 2027

أمستردام

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في رحلة الضيف واستراتيجية الولاء

المرجع: 104310_2730 **التاريخ:** 1 – 12 فبراير 2027 **المكان:** أمستردام **الرسوم:** GBP 11100

رحلة الضيف واستراتيجية الولاء دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين لمديري الضيافة والفعاليات الذين يرسمون طريقة وصول الضيف وإقامته وعودته وترشيحه للآخرين، وتنتهي بخارطة طريق ولاء الضيوف يعود بها كل مشارك إلى فندقه أو مكان فعالياته. فالضيف اليوم يقارن كل إقامة وكل فعالية بأكثر خدمة اهتماما لقيها في أي مكان. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة للقادة الذين يحولون آراء الضيوف إلى قرارات خدمة.

لماذا تهم رحلة الضيف واستراتيجية الولاء الآن

تشكل ثلاث قوى استراتيجية الضيوف اليوم. فالضيف يحجز ويقيم ويشتكي عبر قنوات متعددة في وقت واحد، فتنتشر أي نقطة تواصل ضعيفة بسرعة. ويتوقع الملاك والرعاة أن تحمل الحجوزات المتكررة والترشيحات جزءا أكبر من الإيرادات بدلا من التخفيضات. كما يتغير موظفو الخطوط الأمامية كثيرا، فيجب أن تعيش معايير الخدمة في رحلات مصممة لا في خبرة أفراد قلائل. والفندق أو المنتجع أو منظم الفعاليات الذي يحسن ذلك يكسب ضيوفا عائدين ولحظات استعادة هادئة، أما من يسيء فيدفع ثمن كل إقامة من جديد عبر إنفاق الاستقطاب. وتستند الدورة إلى رسم خرائط الرحلة ومخططات الخدمة وقياس صافي نقاط الترويج وتحليل القيمة الدائمة للعميل.

المستفيدون من رحلة الضيف واستراتيجية الولاء

- القادة المسؤولون عن المكتب الأمامي وعلاقات الضيوف وتجربة الوصول في المنشأة
- المديرون الذين يصممون المؤتمرات والولائم والمعارض وخدمات الحضور ويديرونها
- رؤساء برامج الولاء والعضوية والضيوف المتكررين الذين يملكون أهداف الاحتفاظ
- مسؤولو الجودة ومعايير الخدمة الذين يدققون نقاط التواصل ويوجهون الموظفين
- المديرون التجاريون الذين يربطون درجات رضا الضيوف بالإيرادات وتقارير الملاك

تستفيد أكثر مجموعة من أقسام متعددة في مجموعة فندقية واحدة أو شركة فعاليات واحدة، إذ يعيد تصميم نقاط الوصول والإقامة وما بعد الفعالية من يديرونها فعلا.

قدرات رحلة الضيف واستراتيجية الولاء

ينتقل المشاركون من قراءة تعليقات الضيوف واحدا تلو الآخر إلى توجيه خيارات الخدمة برحلات مرسومة وقواعد استعادة واقتصاديات ولاء واضحة.

- رسم رحلات الضيف والحاضر من البداية إلى النهاية مع تحديد لحظات الحقيقة — قادة المكتب الأمامي وتشغيل الفعاليات
- تصميم مخططات خدمة تظهر العمليات الخلفية وراء كل نقطة تواصل — رؤساء الأقسام ومديرو المناوبة
- بناء بروتوكولات استعادة الخدمة مع حدود التمكين وقواعد المتابعة — علاقات الضيوف ومشرفو الخطوط الأمامية
- حساب القيمة الدائمة للضيف واقتصاديات الاحتفاظ لكل شريحة — الفرق التجارية وفرق الإيرادات
- تقييم مستويات برامج الولاء ومزاياها وتكاليف الاسترداد — الملاك والرعاة والشركاء الماليون
- عرض لوحات رؤى الضيوف التي تطلق إجراءات خدمة متفقا عليها — المديرون العامون واللجان التنفيذية

مصطلحات رحلة الضيف واستراتيجية الولاء الأساسية

- خريطة رحلة الضيف — تسلسل مرئي لكل مرحلة يمر بها الضيف من البحث الأول إلى التواصل بعد الإقامة، مع المشاعر ونقاط الألم.
- لحظة الحقيقة — نقطة تواصل واحدة يكون فيها الضيف حكما دائما، مثل تسجيل الوصول أو الشكوى أو الفاتورة النهائية.
- مخطط الخدمة — رسم يربط ما يراه الضيف بإجراءات الموظفين والأنظمة وعمليات الدعم التي تقف خلفه.
- مفارقة استعادة الخدمة — ظاهرة يصبح فيها الضيف الذي حلت مشكلته جيدا أكثر ولاء ممن لم يواجه مشكلة أصلا.
- صافي نقاط الترويج — مقياس للاستعداد للترشيح يحسب بطرح نسبة المنتقدين من نسبة المروجين عبر سؤال واحد.
- القيمة الدائمة للضيف — الإسهام الصافي المتوقع من الضيف عبر كل إقاماته وفعالياته وإنفاقه القادم، ويستخدم لتحديد ميزانيات الاحتفاظ.

رحلة الضيف واستراتيجية الولاء يوما بيوم

اليوم 1: الضيف والحاضر المتغيران

- تحولات توقعات الضيف عبر القنوات — نقاط التواصل التي تحتاج إعادة تصميم أولا
- مقارنة شرائح الترفيه والأعمال والفعاليات — اختلاف دوافع الولاء بينها
- توقعات الملاك والرعاة من الأعمال المتكررة — أهداف الاحتفاظ الجديرة بالتحديد
- مسح تجربة الضيف لدى المنافسين — فجوات تستطيع المنشأة سدها
- خط الأساس لاستراتيجية الضيوف الحالية — نقاط القوة والضعف الواجب معالجتها

اليوم 2: رسم رحلة الضيف

- تحديد مراحل الرحلة من البحث إلى العودة — نطاق الخريطة
- بناء الشخصيات من سجلات الحجز والملفات — الضيوف الذين ترسم رحلتهم
- منحنيات المشاعر وتسجيل نقاط الألم — أولويات التحسين
- تحديد لحظات الحقيقة — مواضع اهتمام الموظفين الأكثر تأثيرا
- صيغ رحلة حاضر الفعالية — خيارات التسجيل والمكان والمتابعة

اليوم 3: مخططات الخدمة وتصميم الكواليس

- رسم الخط بين الواجهة والكواليس — نقاط التسليم التي تسبب الإخفاق
- روابط دعم التدبير الفندقي والمطبخ والصيانة — اعتماديات تحتاج إصلاحا
- تحديد نقاط الإخفاق ونقاط الانتظار — معايير أزمنة الاستجابة
- إعادة تصميم مخطط الوصول والمغادرة — قرارات الطوابير والتوظيف
- مخططات تدفق الولائم والمؤتمرات — تخطيط التجهيز والتبديل بين القاعات

اليوم 4: الإصغاء إلى الضيوف

- تصميم استبيانات ما بعد الإقامة والفعالية — أسئلة تقود إلى إجراء
- ترميز موضوعات التقييمات الإلكترونية — قضايا متكررة خلف تقييم النجوم
- استطلاعات أثناء الإقامة وجولات مدير المناوبة — كشف المشكلات مبكرا
- هيكل سجل الشكاوى ووسوم الأسباب الجذرية — إزالة الإخفاقات المتكررة
- لجان صوت الضيف والمقابلات — رؤى تتجاوز درجات الاستبيان

اليوم 5: مؤشرات تجربة الضيف

- الاختيار بين صافي نقاط الترويج ومؤشر الرضا — المقياس الذي يقود
- مؤشرات وأهداف على مستوى نقطة التواصل — المساءلة حسب القسم
- مقاييس الضيوف الاستباقية مقابل اللاحقة — تصميم الإنذار المبكر
- تخطيط لوحة رؤى الضيوف — ما يراه التنفيذيون أسبوعيا
- مقارنة الدرجات بين المنشآت والفعاليات — قواعد المقارنة العادلة

اليوم 6: استراتيجية استعادة الخدمة

- خطوات بروتوكول الاستعادة ونصوصه — ردود متسقة تحت الضغط
- حدود التمكين وميزانيات المبادرات — من يعتمد كل تعويض
- شواهد مفارقة استعادة الخدمة — متى تبني الاستعادة الولاء
- مسارات التصعيد لحوادث كبار الضيوف والمجموعات — محفزات تدخل القيادة
- متابعة الاستعادة وتتبع الإغلاق — دروس تغذي مخططات الخدمة

اليوم 7: اقتصاديات الولاء

- حساب القيمة الدائمة للضيف لكل شريحة — حدود إنفاق الاحتفاظ
- تحليل معدل التكرار وحصة الإنفاق — إمكانات النمو لكل ضيف
- مقارنة تكلفة الاستقطاب بتكلفة الاحتفاظ — خيارات توزيع الميزانية
- إشارات التسرب في أنماط الحجز — أهداف حملات الاستعادة
- تقدير قيمة الترشيح والمناصرة — أولويات مكافأة المروجين

اليوم 8: تصميم برامج الولاء والتخصيص

- هياكل المستويات وقواعد التأهل — مزايا المكانة الجديرة بالتمويل
- نمذجة تكاليف الكسب والصرف والاسترداد — ضبط مطلوبات البرنامج
- طقوس تقدير الضيوف العائدين — لفتات ولاء منخفضة التكلفة
- بيانات ملف الضيف والتقاط تفضيلاته — حدود التخصيص
- خطط حسابات الشركات وعملاء الفعاليات — اتفاقيات الحجز المتكرر

اليوم 9: قيادة ثقافة الخدمة

- ترجمة معايير الخدمة إلى إحاطات يومية — اتساق على مستوى المناوبة
- توجيه الخطوط الأمامية بآراء الضيوف — أولويات تغيير السلوك
- برامج تقدير مرتبطة بدرجات الضيوف — حوافز عادلة للموظفين
- اجتماعات الضيوف القصيرة بين الأقسام — ملكية مشتركة للمشكلات
- مراجعات الضيوف في اللجنة التنفيذية — قرارات الاستثمار والتوظيف

اليوم 10: ممارسة خارطة طريق ولاء الضيوف

- دمج خريطة الرحلة ومخطط الخدمة — اختيار أهم إعادات تصميم نقاط التواصل
- إنهاء مجموعة المؤشرات واللوحة — الاتفاق على المالكين والأهداف
- مواءمة بروتوكول الاستعادة مع برنامج الولاء — وعود متسقة للضيف
- مراجعة الأقران لمسودات الخرائط — اختبار الافتراضات الضعيفة
- إكمال خارطة طريق ولاء الضيوف — إجراءات اثني عشر شهرا ومالكوها

تطبيق رحلة الضيف واستراتيجية الولاء بعد الدورة

- قيادة جلسة رسم رحلة مع موظفي المكتب الأمامي والتدبير الفندقي والفعاليات لإعادة تصميم أضعف لحظتي حقيقة كشفتهما تقييمات الضيوف الأخيرة.
- تجربة بروتوكول استعادة الخدمة الجديد في مناوبة واحدة مدة أربعة أسابيع، مع تسجيل كل حادثة والتعويض المقدم ودرجة الضيف اللاحقة.

أسئلة حول رحلة الضيف واستراتيجية الولاء

ما رحلة الضيف واستراتيجية الولاء ولماذا تهم الآن؟

رحلة الضيف واستراتيجية الولاء هي التصميم المخطط لكل نقطة تواصل كي يعود الضيف ويرشح المنشأة. وتهم الآن لأن الضيف يقارن عبر قنوات كثيرة، والتقييمات تنتشر بسرعة، والملاك يتوقعون أن تقود الأعمال المتكررة الإيرادات بدلا من التخفيضات.

من يستفيد أكثر من دورة رحلة الضيف واستراتيجية الولاء؟

يستفيد أكثر قادة المكتب الأمامي وعلاقات الضيوف والفعاليات والولاء والجودة. وتنتفع منها إن كنت تملك أهداف رضا الضيوف، أو تدير المؤتمرات والولائم، أو تشرف على برنامج الضيوف المتكررين، أو ترفع درجات الضيوف إلى الملاك واللجان التنفيذية.

بم تختلف رحلة الضيف واستراتيجية الولاء عن دورة عامة في إدارة الضيافة؟

تتعمق في سؤال واحد هو لماذا يعود الضيف. فالدورة العامة في إدارة الضيافة تغطي الغرف والأغذية والمشروبات والمالية والتوظيف بصورة واسعة، أما هذه الدورة فتركز على خرائط الرحلة ومخططات الخدمة وبروتوكولات الاستعادة ومؤشرات الضيوف واقتصاديات الولاء.

ماذا تعود به من دورة رحلة الضيف واستراتيجية الولاء؟

تعود بخارطة طريق لولاء الضيوف جاهزة للعرض على لجنتك التنفيذية. وتضم نقاط تواصل أعيد تصميمها، ومجموعة مؤشرات للضيوف لها مالكون، وبروتوكول استعادة، وخيارات برنامج الولاء، وإجراءات اثني عشر شهرا بمالكين محددين.

رحلة الضيف واستراتيجية الولاء: الطريق إلى الأمام

توجه خارطة طريق ولاء الضيوف أولا قرار اختيار نقطتين أو ثلاث نقاط تواصل تنال الاستثمار واهتمام الموظفين في الربع القادم. ويستخدمها المديرون العامون ومديرو الفعاليات وقادة علاقات الضيوف في المراجعات الأسبوعية لتتبع الدرجات مقابل الأهداف. وبعد دورتها الأولى تستحق اقتصاديات الولاء مراجعة جديدة، إذ تتغير قيمة الاحتفاظ لكل شريحة غالبا بعد تحسن الاستعادة والتقدير.