

## نموذج الزيارات الميدانية المجدولة

يأتي هذا النموذج ضمن منهجية ساعف في المتابعة الميدانية الدورية لعملائها، بهدف تقييم تجربة العميل داخل الفرع بصورة عملية، ورصد جودة الخدمة والمنتجات والبيئة التشغيلية والعناصر التسويقية المؤثرة على التجربة. ويساعد النموذج على توثيق الملاحظات الميدانية، وتحديد الفرص غير المستغلة، وتحويل نتائج الزيارة إلى توصيات واضحة وقابلة للتنفيذ والقياس خلال الفترات اللاحقة.



يهدف هذا النموذج الى تقديم نظرة عامة وشاملة عن مدى جودة تجربة العميل داخل الفرع وأبرز الملاحظات والتوصيات:

| نموذج الزيارة الميدانية الشهرية                                                                       |              |                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| اسم المشروع                                                                                           | *****        |                                                                                                                             |
| التاريخ                                                                                               | 08/08/2026   |                                                                                                                             |
| اسم مدير المشروع                                                                                      | صالح فهد     |                                                                                                                             |
| مدة الزيارة                                                                                           | 54 دقيقة     |                                                                                                                             |
| الهدف من الزيارة: <input checked="" type="checkbox"/> جدول <input type="checkbox"/> لبب / اذكر السبب: |              |                                                                                                                             |
| تجربة العميل داخل الفرع                                                                               |              |                                                                                                                             |
| البند                                                                                                 | التقييم من 5 | ملاحظات                                                                                                                     |
| جودة الاستقبال                                                                                        | 4/5          | تم استقبال العميل والترحيب به بشكل جيد، مع ملاحظة إمكانية رفع مستوى المبادرة من الموظفين في توجيه العميل وشرح خيارات الطلب. |
| سرعة الخدمة                                                                                           | 4/5          | مدة الانتظار كانت مناسبة بشكل عام، وتم استلام الطلب خلال وقت مقبول، مع وجود تأخير بسيط خلال فترة ارتفاع عدد الطلبات.        |
| نظافة الأثاث                                                                                          | 5/5          | الطاولات والكراسي ومنطقة الجلوس بحالة جيدة ونظيفة، ولم يتم رصد ملاحظات مؤثرة على تجربة العميل.                              |
| الجو العام/التهوية/الاضاءة                                                                            | 4/5          | الأجواء العامة مريحة والإضاءة مناسبة لهوية وتجربة المطعم، مع ملاحظة ارتفاع مستوى الضوضاء نسبيًا خلال أوقات الذروة.          |
| وجود مواد دعائية داخل الفرع                                                                           | 2/5          | الحضور التسويقي داخل الفرع محدود، ولا توجد مواد كافية تبرز المنتجات المميزة أو العروض الحالية أو المنتجات الجديدة.          |
| وجود باركود للمنصات الرقمية على الطاولات                                                              | 2/5          | لا يظهر الباركود بصورة واضحة على جميع الطاولات، مما يقلل من فرصة توجيه العملاء إلى المنيو الرقمي والمنصات الخاصة بالعلامة.  |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |     |                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| التزام الموظفين بالزي/نظافة الزي                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 5/5 | التزام جيد بالزي الموحد، والمظهر العام للموظفين مناسب ويعكس مستوى جيداً من التنظيم.                                                                |
| الترويج للعروض / المنتجات الجديدة                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2/5 | لم يتم ملاحظة مبادرة واضحة من الموظفين لتعريف العميل بالعروض أو اقتراح المنتجات الجديدة والإضافات أثناء عملية الطلب                                |
| جودة المنتجات/اذكر المنتجات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4/5 | تمت تجربة سماش برجر وسبيشال فرايز جودة المنتجات جيدة من حيث الطعم والتقديم ودرجة الحرارة، مع وجود فرصة لتحسين طريقة التقديم البصري للمنتج الرئيسي. |
| فرص غير مستغلة                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |     |                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>استغلال نقاط التواصل داخل الفرع للترويج للمنتجات الأعلى ربحية والمنتجات الجديدة.</li> <li>إضافة باركود واضح على الطاولات يربط بالمنيو الرقمي وحسابات التواصل الاجتماعي وتقييم خرائط Google.</li> <li>تطوير آلية البيع الإضافي من خلال تدريب الموظفين على اقتراح الإضافات والمنتجات المكملية للطلب.</li> <li>استثمار منطقة انتظار الطلب في عرض محتوى تسويقي للمنتجات والعروض الحالية.</li> <li>تحفيز العملاء داخل الفرع على مشاركة تجربتهم وتقييم الفرع رقمياً بعد إتمام الطلب</li> </ul>                    |     |                                                                                                                                                    |
| توصيات قصيرة المدى                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |     |                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>توفير مواد دعائية داخل الفرع للمنتجات والعروض ذات الأولوية التسويقية.</li> <li>إضافة باركود موحد وواضح على جميع الطاولات ونقاط الانتظار.</li> <li>توجيه فريق العمل إلى التعريف بالعروض والمنتجات الجديدة أثناء استقبال الطلبات.</li> <li>مراجعة رحلة العميل من لحظة الدخول وحتى استلام الطلب وتحديد نقاط التأخير خلال أوقات الذروة.</li> <li>وضع آلية بسيطة لتحفيز العملاء الراضين على تقييم الفرع عبر خرائط Google.</li> </ul>                                                                             |     |                                                                                                                                                    |
| توصيات طويلة المدى                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |     |                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>إعداد معايير موحدة لتجربة العميل يتم تطبيقها وقياسها دورياً في جميع الفروع.</li> <li>تطوير برنامج تدريبي للموظفين يركز على الاستقبال والبيع الإضافي والتعامل مع العملاء.</li> <li>ربط نتائج الزيارات الميدانية الشهرية بمؤشرات أداء قابلة للمقارنة بين الفروع والفترات الزمنية.</li> <li>تطوير التجربة التسويقية داخل الفرع بما يتوافق مع الهوية والحملات التسويقية الرقمية للعلامة.</li> <li>تحليل الملاحظات المتكررة في الزيارات الدورية وتحويلها إلى خطط تحسين تشغيلية وتسويقية قابلة للقياس.</li> </ul> |     |                                                                                                                                                    |
| صور مرفقة (رابط درايف)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |     |                                                                                                                                                    |



\*\*\*\*\*

## ملخص الزيارة

أظهرت الزيارة مستوى جيداً بشكل عام في تجربة العميل داخل الفرع، خصوصاً فيما يتعلق بنظافة الموقع، والتزام الموظفين بالمظهر العام، وجودة المنتجات المقدمة. وفي المقابل، تم رصد عدد من الفرص التطويرية التي يمكن الاستفادة منها لرفع جودة التجربة وتعزيز العائد التسويقي من الزيارات الحالية للفرع.

وتتركز أبرز فرص التحسين في تعزيز الحضور التسويقي داخل الفرع، ورفع مستوى الترويج المباشر للعروض والمنتجات من قبل الموظفين، وتفعيل نقاط الاتصال الرقمية مع العملاء، إلى جانب تطوير فرص البيع الإضافي وتحفيز العملاء على التفاعل مع المنصات الرقمية وتقييم تجربتهم.

وبشكل عام، لا تتطلب الملاحظات المرصودة تغييرات جوهرية في تجربة الفرع، وإنما مجموعة من التحسينات التشغيلية والتسويقية التي يمكن تنفيذها تدريجياً وقياس أثرها خلال الزيارات الميدانية القادمة.

## توقيع مدير المشروع



تم إعداد هذا النموذج استناداً إلى الملاحظات التي تم رصدها خلال الزيارة الميدانية، ويهدف إلى تقديم قراءة عملية تساعد على تطوير تجربة العميل ورفع كفاءة الأداء داخل الفرع. وتعد التوصيات الواردة فيه نقاطاً مقترحة للتحسين والتطوير، ويتم تقييم أثرها ومتابعة تنفيذها خلال الزيارات والتقارير القادمة، بما يساهم في بناء تجربة أكثر انساقاً وجودة واستدامة.

