

عملنا

نسعى إلى الحفاظ على أعلى معايير خصوصية البيانات وحمايتها مع خدمة عملنا وضمان أمن معلوماتهم وسريتها. بالإضافة إلى ذلك، نسعى جاهدين لتعزيز إمكانية الوصول والشمول الرقمي وتعزيز الابتكارات الرقمية لتلبية الاحتياجات المتقدمة لعملنا مع إعطاء الأولوية لرضاهم في كل نقطة اتصال.

علاقات العملاء ورضاهم

في مجموعة stc، لا يُعد التزامنا بالاستدامة مجرد مسؤولية، بل هو أيضًا ضرورة استراتيجية. ففي عام 2023، نجحنا في موازنة مبادرات تجربة العملاء والتحول الرقمي مع الأهداف المستدامة لإعادة تشكيل المشهد الرقمي عبر مجموعة stc. يتضمن تنفيذ استراتيجية التحول الرقمي هذه في جميع أنحاء الشركة بأكملها إجراء عملية إعادة هيكلة شاملة بين العمليات، وقد ساعد دمج التكنولوجيا الرقمية في كل جانب من جوانب أعمالنا على إحداث تغييرات جوهرية، مما مكّننا من تحديث العمليات القديمة وتسريع وتيرة سير العمل وتعزيز التدابير الأمنية وزيادة الربحية في نهاية المطاف.

ويتجاوز نهجنا لرضا العملاء النظر إلى كفاءات التكلفة حيث إنه يميزنا استراتيجيًا من حيث مشاركة العملاء والابتكار، مما يعزز التزامنا بالاستدامة وبهذا، ننتقل الآن من الأنظمة القديمة إلى البيئات الرقمية المفتوحة (ODA). حيث تدعم البيئات الرقمية المفتوحة هذه المؤسسات المتعددة والقابلة للتوسع، مما يتيح لنا إمكانية أن نصبح على رأس منظمي القطاع ومبتكري السوق. ولا يتماشى هذا التحول مع أهداف الاستدامة فحسب، بل يضع أيضًا مجموعة stc في طليعة المنوطين بدفع وتعزيز الابتكار عبر القطاعات.

رحلة عملنا

في عام 2023، تم وضع استراتيجية موحدة ومفهوم رحلة تجربة العملاء لمنتجات stc وخدماتها. وفي إطار استشراف المستقبل، نخطط لتنفيذ نهج متسق ومتناسق لتعزيز مركزية العملاء والمساعدة في إثراء الحياة والتجارب من خلال تقديم خدمات عالية الجودة ومنتجات رقمية مبتكرة عبر مجموعة stc. كما نواصل تحسين خدماتنا لجعلها أكثر أمانًا وسهولة من حيث الاستخدام مع تعزيز الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا لتجاوز توقعات العملاء للمساعدة في سد الفجوات الاقتصادية والاجتماعية والرقمية.

يُعد تركيزنا على رحلة العملاء أمرًا ضروريًا لتقديم نتائج شاملة وملموسة من خلال قنوات ووسائط مختلفة، بما في ذلك الخدمات الهاتفية وخدمات الويب والاتصالات التسويقية وتفاعلات الخدمة والأنظمة المختلفة التي تُسهّم في تقديم خدمة العملاء. تُتيح لنا دراسة هذه المسارات تحسين خدماتنا وعروضنا من وجهة نظر العميل.

فعلى مدار السنوات الأخيرة، اتبع قطاع الاتصالات العالمية خطى كبار تجار التجزئة وقطاعات الخدمات الأخرى، حيث تجاوز التركيز على التكنولوجيا إلى التركيز أيضًا على العملاء وتمكين الخدمات الرقمية لضمان رضا العملاء وتوقع احتياجاتهم. وعند تطوير ثقافة التركيز على العملاء داخل مجموعة stc، فإننا نهدف إلى ضمان أن يكون كل ما نقوم به مدفوعًا بالتركيز على العميل. كما نعمل على تطوير آليات لفهم عملنا بشكل أفضل وتحديد البدائل المناسبة لاحتياجاتهم، إذا لزم الأمر.

تجربة العملاء واستراتيجية التحول الرقمي على مستوى المجموعة

وحدة الأعمال في المجموعة	وحدة الأعمال في المجموعة	وحدة الأعمال في المجموعة	وحدة الشؤون التجارية في المجموعة
استراتيجية تجربة العميل والتحول الرقمي الموحدة			
رؤية شاملة تركز على العملاء والمنصة			
تدابير ومؤشرات تجربة العميل والتحول الرقمي			
الرؤية والرقمنة الشاملة القائمة على رحلة العميل			
الثقافة الرقمية والمتمركزة حول العملاء			
رؤية واحدة لتجربة العميل والتحول الرقمي لمجموعة stc			
channels by stc stc play	specialized by stc solutions by stc	Alibaba Cloud SCCC Operating Saudi Region sirar by stc	center3 stc pay stc Bahrain stc Kuwait TAWAL AQALAT



Group CEx & DT

يتوافق المفهوم الاستراتيجي لتجارب العملاء (CCEx) بالمجموعة مع استراتيجيتنا "تجراً 2.0"، مع التركيز على "إعادة ابتكار التجارب" برؤية شاملة للوصول إلى تجربة سلسلة وشخصية وأكثر استدامة. ففي محاولة لإثارة حماس العملاء بتجربة سلسلة وشخصية وآمنة -ولكي نكون شريكهم الموثوق به الذي يختارونه- نسعى إلى إعادة تخيل تجربة العميل من خلال استراتيجية تجربة العميل "RAISE".

R A I S E

الموضوعات الاستراتيجية لتجربة العميل

R	إعادة صياغة طريقة عمل تجربة العميل بناء مجموعة مرنة تتمتع بالقدرات المناسبة للتكيف بسرعة مع ديناميات السوق المتغيرة، وتوحيد نهج تجربة العميل والقياس والاستفادة من التكنولوجيا وقدرات التحليل المتقدمة لتعزيز تجربة العميل باستمرار
A	تفعيل الرحلات السلسة والخالية من المشاكل والرقمية تبسيط التفاعلات ورقمنتها؛ وضمان الاتساق في التجارب عبر نقاط الاتصال والشرائح والمنتجات
I	تطبيق معاملة متميزة للعملاء تصميم خطط معالجة محسنة لكل شريحة من شرائح العملاء وتعزيز نهج الولاء
S	تعزيز جودة الخدمة للخدمات الأساسية وخدمات النمو تقديم خدمة ذات جودة فائقة ومتسقة عبر جميع العروض
E	تقديم ثقافة تركز على تجربة العميل تمكين مجموعة تتمتع بالصلاحيات وترسخ المساءلة عن الأداء والإنجازات المتعلقة بتجربة العميل

الأهداف الاستراتيجية لمبادرة "تجراً 2.0"

ت	غرس الفكر الرقمي وتنمية القدرات الرقمية والتحليلية	التحول إلى شركة تقنية مرنة وتبني طرق جديدة للعمل
ج	زيادة عوائد المساهمين عن طريق تعزيز فعالية التكلفة وتحقيق الدخل من الأصول	أن نكون قدوة للاستدامة وحوكمة المجموعة قيادة التغيير الثقافي على مستوى المجموعة وأن نكون صاحب العمل المفضل للمواهب الرقمية
ل	تشويق العملاء من خلال تقديم تجربة سلسلة ذات طابع شخصي وآمنة	أن نكون الشريك الموثوق للأعمال في المنطقة
أ	التوسع في محاور النمو المختارة من الخدمات الرقمية والأساسية	

ابتكار منتجات وخدمات جديدة تقدم تجربة عملاء سلسة وآمنة

عند تطوير خدمات جديدة، ننفذ استراتيجية "دخول السوق" (GTM)، والتي تضمن المشاركة المبكرة لفرق تجربة العملاء في جميع أنشطة تطوير المنتجات. حيث يضمن هذا النهج فهمًا شاملاً لاحتياجات العملاء، مما يتيح تحديد الحلول وإنشاء رحلات عملاء مُبسطة.

في القسم العام لتجربة العملاء، يتم إنشاء أقسام متخصصة لتلبية مختلف المنتجات ونقاط الاتصال والخدمات الرقمية عبر مختلف قطاعات الأعمال، بما في ذلك إدارة قيمة العملاء (CVM) والتنقل والخدمات السكنية ومجالات النمو. حيث يُمكن هذا الاهتمام الدقيق بالتفاصيل فريق CEX من إطلاق مسارات جديدة والكشف عن فرص الأعمال والحفاظ على الميزة التنافسية.

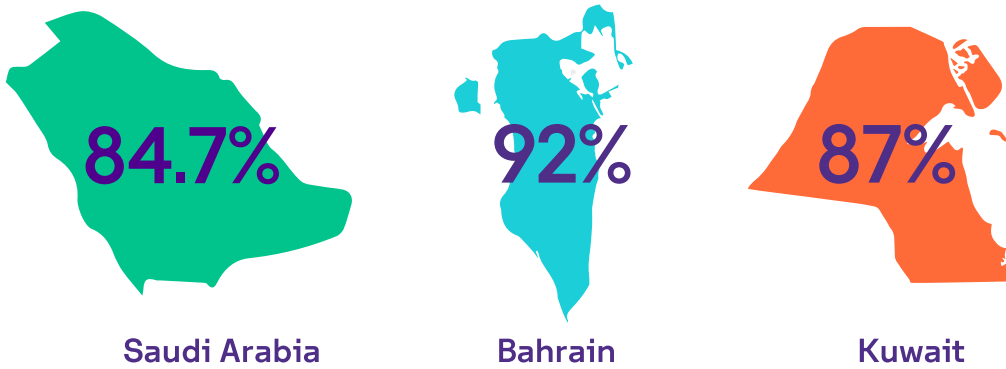
فخلال عام 2023، عقدنا ندوة عبر الإنترنت في "يوم التعرف على عملائك" للاحتفال بعملائنا، مع التأكيد على تفانينا في تقديم خدمة عملاء استثنائية وتبسيط الضوء على ثقافتنا التي تركز على العملاء. وقد تم تكريم هذه الجهود في معرض GCXA 2023 الإشادة بها من خلال منح الجائزة الذهبية لدمج التفكير التصميمي في تصميم منتجات وخدمات B2C، والجائزة البرونزية للبرامج التي قدمت تجارب عملاء لا تُنسى وجذابة، إلى جانب مبادرات لتعزيز السعادة بين وكلائنا في الخطوط الأمامية.

رضا العملاء

نهتم برضا العملاء وولائهم، ونعتقد أن توفير تجربة عملاء ممتازة هو حجر الأساس لضمان ذلك وفي الوقت نفسه جذب عملاء جدد. مما يتيح لنا مواصلة عملية التحول التي تركز على العملاء خلال عام 2024 وما بعده، مع التركيز بشكلٍ خاص على تعزيز العلاقة بين العملاء وعلامتنا التجارية لتحسين تجربة العملاء الشاملة.

في عام 2023، حافظت شركة stc السعودية على مُعدّل إجمالي لرضا العملاء بلغت نسبته 84.7%. وقد استند ذلك من خلال مشاركة أكثر من 4.1 مليون عميل في استبيان CSAT الذي ركز على رضا العملاء على مختلف المستويات. وقد سجلت stc البحرين و stc الكويت 92% و 87% على التوالي.

درجات رضا العملاء في عام 2023 حسب الدولة (درجات من 100)



بالإضافة إلى ذلك، تُعد التحليلات عنصرًا أساسيًا في نهج مجموعة stc في تعزيز قنوات المبيعات، حيث تُستخدم بشكلٍ كبير لتعزيز تجربة العملاء وضمان الحصول على خدمات آمنة. حيث يركز فريق إدارة قيمة العملاء (CVM) في مجموعة stc على إنشاء القيمة وتقديمها واكتسابها بالنسبة للعملاء. لذا نستخدم البيانات الضخمة لدفع وتعزيز الحملات المستهدفة التي تهدف إلى الارتفاع بالصفقة والبيع المتقاطع، فضلًا عن العمل بشكلٍ استباقي لتقليل معدلات التباطؤ. كما تلعب التحليلات دورًا محوريًا في تحديد فرص النمو والحفاظ على علاقات العملاء.

stc الكويت			stc البحرين			stc السعودية			رضا العملاء
2023	2022	2021	2023	2022	2021	2023	2022	2021	
87%	87%	80%	92%	91%	87%	84.7%	83.5%	82.9%	مُعدّل رضا العملاء
400	400	-	102,926	130,174	161,377	4,195,553	3,947,643	3,221,010	عدد العملاء الذين شملهم الاستبيان لمُعدّل الرضا

*** البيانات غير متاحة لشركة stc الكويت لعامي 2021 بشأن (عدد العملاء الذين شملهم الاستبيان لمُعدّل الرضا)

ولاء العملاء

تم تصميم برامج الولاء الخاصة بـ stc لضمان شعور العملاء بأنهم مسموعون ومُعترف بهم، يتيح برنامج الولاء للعملاء "قطاع" جمع النقاط واستبدالها بمكافآت متنوعة. تشمل هذه المكافآت مكافآت داخلية، مثل المكالمات المجانية، والرسائل النصية القصيرة، والبيانات، أو مكافآت خارجية من خلال شركاء قطاع. "تميز" هو برنامج آخر مصمم للعملاء الخاصين بعروض حصرية وخدمات شخصية راقية. برامج الولاء الخاصة بنا في البحرين والكويت هي "stc Rewards" و"تستاهل"، والتي تسمح للعملاء باستبدال النقاط بمبالغ مكافئة للمبالغ التي تم إنفاقها على أي من خدماتنا.

إدارة تعارض المصالح والتسويق المسؤول

تسعى مجموعة stc دائماً إلى توفير تواصل واضح وشفاف مع جميع العملاء. ومن ثم فإننا نبذل قصارى جهدنا من خلال التحقق من أن كل عميل قد راجع الشروط والأحكام الموضحة في عقودهم وفهمها جيداً قبل المضي قدماً في أي طلبات أو تغييرات أو إنشاء حسابات أو أي تعديلات أخرى على الحساب.

كما يتم تدريب فرق المبيعات والتسويق لدينا خصيصاً من أجل تقديم مشورة عادلة وصادقة فيما يتعلق بمنتجاتنا وخدماتنا. فمن أجل الحفاظ على الشفافية الكاملة في تعاملاتنا مع العملاء، يخضع موظفونا للتدريب لشرح جميع الشروط والأحكام بدقة قبل توقيع الاتفاقيات. وعليه، فإننا نوثق بدقة جميع الاتفاقيات داخل أنظمتنا ونزود العملاء بنسخهم الخاصة. بالإضافة إلى ذلك، يجري تسجيل تعاملاتنا مع العملاء لأغراض ضمان الجودة. وبُذِل كافة الجهود الممكنة لمعالجة أي تعارض محتمل في المصالح على الفور بين مؤسستنا وعملائنا، مع ضمان تقديم المشورة بطريقة عادلة وأخلاقية. فضلاً عن ذلك، نلتزم بأساليب التسويق والمبيعات المسؤولة، على النحو في [بيان سياسة التسويق المسؤول](#)، الذي يؤكد على التزامنا بممارسات المبيعات الأخلاقية والتواصل الشفاف واستراتيجيات التسويق المسؤولة. حيث نلتزم بإبلاغ عملائنا بحقوقهم، كما يتضح من مشاركتنا في الحملة الوطنية التي أطلقناها هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية (CST).

ونُشر "[حقوق العملاء ومسؤولياتهم](#)" و"[سياسة معالجة شكاوى العملاء](#)" و"[إجراءات معالجة الشكاوى](#)" على موقعنا الإلكتروني، مصحوبةً بنص توضيحي يوضح مبادئ الشفافية المتعلقة بالتعريفات واللوائح والميزات الإضافية والخدمات المستثناة والالتزامات وحدود الاستخدام العادل وأسعار الوحدات. ويسهل الوصول إلى هذه الموارد لتمكين العملاء من الحصول على المعلومات الأساسية.

كجزء من ضمان التسويق الأخلاقي والمسؤول، دائماً نركز مجموعة stc على ضمان أن يكون العملاء على دراية جيدة بالمنتجات والخدمات من خلال تدفق شفاف للمعلومات التي يمكن الوصول إليها عبر قنوات متعددة، سواءً في المتاجر أو عبر الإنترنت من خلال تطبيق mystc. ولا يضمن هذا النهج إمكانية الوصول على نطاق واسع فحسب، بل يتماشى أيضاً مع لوائح هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، مع التأكيد على سياسة الاستخدام العادلة لتوجيه العملاء في اختياراتهم.

استيعاب شريحة العملاء الضعيفة

أبدت مجموعة stc دائمًا التزامًا قويًا بدعم شرائح العملاء الضعيفة. وعلى هذا النحو، في عام 2023، نقلنا عملاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SME) من عملية "التجارة بين الشركات" إلى "التجارة بين الشركات والمستهلكين" في خطوة استراتيجية تهدف إلى تعزيز تجارب عملائهم.

كما نقدم مجموعة متنوعة من الخطط الشاملة، مثل Sawa Zero و Sawa Flex، التي تلبي مختلف الخصائص الديموغرافية بما في ذلك الفئات ذات الدخل المنخفض وكبار السن والطلاب فقد ضُمت هذه الخطط استنادًا إلى معلومات السوق الشاملة، مما يضمن تلبيتها للاحتياجات المُحددة للأقليات والفئات الضعيفة، مع تقديم أسعار معقولة وخيارات دفع مريحة.

تقدم شركة stc هاتف محمول ميسورة التكلفة، وتحتوي على خيارات أساسية بسعر 300 ريال سعودي. وإضافة إلى ذلك، تم تصميم خطط البيانات لتوفير وصول أفضل، وبتكلفة لا تتعدى 34.5 ريال سعودي لكل 1 جيجابايت من البيانات. وتدعم هذه المساعي هدف stc الذي يتمثل في ضمان زيادة الاستفادة من التواصل الرقمي.

الشمول الرقمي (2023):
تكلفة أرخص هاتف محمول: 300 ريال سعودي
تكلفة 1 جيجابايت من البيانات: 34.5 ريال سعودي

شكاوى العملاء

رغم أننا نسعى جاهدين لتقديم منتجات وخدمات مرضية في جميع الأوقات، إلا أننا ندرك أنه دائمًا ما سيكون هناك مستوى معين من شكاوى العملاء بخصوص مجموعة متنوعة من الأسباب، بما في ذلك تلك التي تكون خارجة عن سيطرتنا.

حيث تُقر [سياسة التعامل مع شكاوى العملاء](#) لدينا بأهمية حق العملاء في تقديم الشكاوى والاستماع إليهم، وكذلك الحق في تلقي الرد. كما تؤكد على التزامنا بالحفاظ على العملاء وتقديم أعلى مستوى من تجربة العملاء. ففي عام 2023، ركزنا على الحد من الشكاوى والحد من العملاء غير الراضين من خلال تطبيق التدابير التالية:

- توفير القنوات التي يمكن لعملائنا من خلالها ممارسة حقهم في تقديم الشكاوى في أي وقتٍ من خلال مراكز الاتصال والقنوات الرقمية عبر الإنترنت بما في ذلك تطبيق mystc ووسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني ومنافذ البيع بالتجزئة.
- إبلاغ الإدارة العليا والفرق ذات الصلة بالاتجاهات بشأن عدد الشكاوى وأوقات الحل إلى جانب المعلومات المهمة الأخرى من أجل مراقبة فعالية عملية حل الشكاوى.

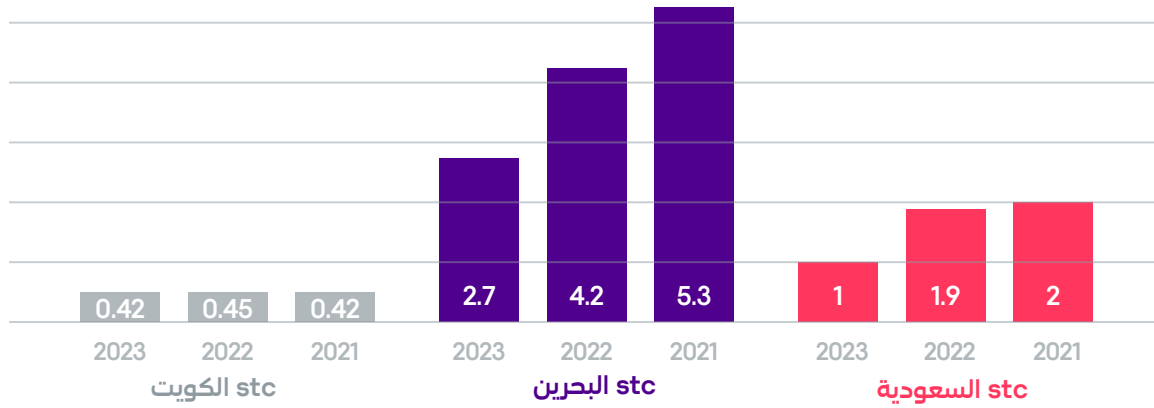
stc الكويت			stc البحرين			stc السعودية			شكاوى العملاء
2023	2022	2021	2023	2022	2021	2023	2022	2021	
82%	74%*	99%*	100%	99%	100%	100%	100%	100%	النسبة المئوية لشكاوى العملاء التي تم حلها

*البيانات المُعاد بيانها نتيجةً للحسابات المُحسنة.



في محاولة لحل هذه الشكاوى بفعالية وإرضاء كل عميل متضرر، نستخدم عملية منهجية "لحل الشكاوى". حيث يوفر كل قناة من قنوات الشكاوى لدينا ميزة استكشاف الأخطاء وإصلاحها التي تتيح التعامل مع شكاوى العملاء في الوقت الفعلي في أثناء مكالمات العملاء أو أثناء معاملة رقمية. ووفقاً لسياسة مجموعة stc، يجب معالجة الشكاوى في غضون خمسة أيام؛ ومع ذلك، فإننا دائماً ما ننجز الأمر قبل هذه المدة بوقتٍ كافٍ.

متوسط وقت حل الشكاوى (بالأيام)



صحة العملاء وسلامتهم

نُعد صحة وسلامة عملائنا والمجتمعات التي نعمل فيها إحدى أهم أولوياتنا. ونأخذ جميع المخاطر المحتملة والفعالية على محمل الجد، ووفقاً لسياسة stc، نلتزم بضمان صحة وسلامة الأطراف المعنية من خلال عملياتنا.

كما يجري التعامل مع شكاوى العملاء من خلال [عملية حل شكاوى دعم العملاء](#) لدينا، وفي جميع مواقع stc ضمن الالتزام بجميع اللوائح والمتطلبات الحكومية لمعاملات المجال الكهرومغناطيسي (EMF).