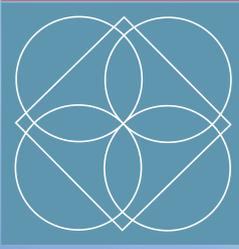


شرفة المدينة المنورة
ALMADINAH ALMUNAWARAH CHAMBER

هيئة تطوير منطقة المدينة المنورة
Al Madinah Region Development Authority

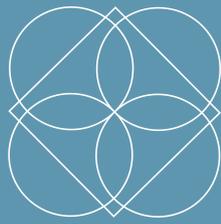
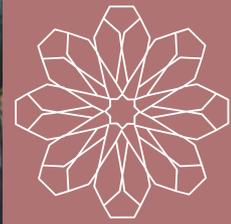


المدينة
— ALMADINAH —



دليل معايير تجربة تناول الأطعمة و المشروبات

إصدار أغسطس 2024



جدول المحتويات:

03	المقدمة
06	الفصل الأول : مرحلة البحث قبل الوصول
11	الفصل الثاني : الحجز إختياري
14	الفصل الثالث : التنقل و الوصول
17	الفصل الرابع : المرافق
20	الفصل الخامس : تجربة تناول الطعام
24	الفصل السادس : الدفع و المغادرة
27	الختام



مقدمة



يأتي هذا الدليل انطلاقاً من رؤية المملكة 2030، التي تهدف إلى تعزيز الاقتصاد الوطني وتحقيق تنمية مستدامة في مختلف القطاعات، بما في ذلك قطاع السياحة والعمرة. تعد المدينة المنورة واحدة من أبرز الوجهات الدينية والسياحية في المملكة حيث تستهدف المملكة للوصول إلى **30 مليون** معتمر في عام 2030، ويعتبر تحسين تجربة الزوار فيها تطور محوري لتحقيق الأهداف الطموحة لرؤية 2030. أُعدَّ هذا الدليل " **دليل معايير تجربة تناول الأطعمة والمشروبات** " للمطاعم والمقاهي ليكون دليلاً يرشد ملاك المطاعم والمقاهي والقائمين على إدارتها حول العوامل الأساسية التي من دورها تعزيز خدمة العملاء وتحسين تجربتهم، ومن ثمّ زيادة الإقبال على المطاعم والمقاهي وتشجيع العملاء على تكرار الزيارات. ويهدف الدليل إلى الارتقاء بقطاع الأطعمة والمشروبات في المدينة المنورة، ووضع معايير مميزة للضيافة. ويقدم الدليل إرشادات واضحة وعملية لتمكين المطاعم على تحسين خدمة العملاء في جميع مراحل رحلة العميل.

إن تحسين خدمة العملاء ليس مجرد إضافة لتحسين رضاهم، بل هو استثمار ذو عائد ملموس يعزز من نجاح المطعم نظراً للأثر الإيجابي المتوقع مثل زيادة معدلات الزيارة، استقطاب عملاء جدد من خلال التسويق الشفهي "Word of mouth"، بالإضافة إلى تعزيز سمعة المطعم والتي قد تنعكس على العوائد المالية للمطعم .



المتاجر المستفيدة

من هذا الدليل

أعدّ هذا الدليل لأصحاب ومدراء وموظفي المطاعم والمقاهي داخل المدينة المنورة، وهو مصدر قيم للمهتمين بمعايير قطاع الطعام والمشروبات. تشمل المطاعم والمقاهي المستهدفة كما هو في الآتي:

- المطاعم الفاخرة 
- المطاعم الاعتيادية 
- المطاعم السريعة 
- محلات المثلجات 
- المطاعم الأخرى 
- المقاهي 
- محلات العصائر 
- ردهات الطعام 
- المخابز 
- أكشاك الطعام 
- عربات الطعام 
- المطاعم التقليدية 

ما تتضمنه هذه الوثيقة



يوضح هذا الدليل بعضًا من أفضل الممارسات المتبعة في مختلف جوانب تجربة الأكلة والمشروبات خلال رحلة العميل منذ البحث عن المطعم أو المقهى مرورًا بتناول المنتج وإلى مغادرة موقع المطعم أو المقهى، ويحدد معايير الخدمة المتوقعة الأساسية، ويوفر بعض أفضل الممارسات للوصول إلى التميز في تقديم الخدمة، كما يقدم بعض التوجيهات لمساعدة المطاعم والمقاهي على الارتقاء بتجربة العملاء.

ما لا تتضمنه هذه الوثيقة



لا تعد هذه الوثيقة دليلًا شاملاً لإدارة المطاعم، وليست دليلًا شاملاً لإدارة قطاع الأكلة والمشروبات. تركز هذه الوثيقة على وجه التحديد على تحسين تجربة العملاء خلال زيارتهم المطاعم والمقاهي لتناول الطعام والمشروبات، وعلى تعامل موظفي خدمة العملاء مع العملاء وليس متضمنًا معايير العمليات الداخلية، مثل إدارة المطابخ أو تقنيات الطهي التفصيلية. ولا يحل هذا الدليل محل التعلّم المهني للطهي ولا التدريب التشغيلي.



رحلة العملاء

صُممت هذه الوثيقة لمتابعة خطى العميل أثناء رحلته، ولتحسين كل مرحلة من مراحل الرحلة. وتوضّح رحلة العميل تفاصيل كل مرحلة من مراحل تجربة الضيف في المطعم، بدايةً من مرحلة البحث عن المطعم وحتى المغادرة. ويتعامل كل فصل من فصول هذه الوثيقة مع مرحلة معينة من الرحلة، ويقدم مقترحات قابلة للتنفيذ لتعزيز تقديم الخدمات في كل نقطة .

التنقل والوصول

يغادر العميل موقعه حتى يصل إلى المتجر، وتشمل البحث عن وسيلة مواصلات مناسبة، وإيقاف المركبة ودخول مقر المتجر.

الحجز (اختياري)

يقوم العميل بحجز طاولة في المطعم عبر الهاتف، أو بشكل شخصي، أو عبر الإنترنت.

البحث قبل الوصول

يبحث العميل على المعلومات المتاحة التي تمكنه من اتخاذ قرار زيارة المتجر.

المرافق

يستخدم العميل مرافق المتجر مثل الطاولات ودورات المياه، وينبغي على المتجر أن يحافظ على المرافق وجودتها، بالإضافة إلى المحافظة على مستوى عالٍ من النظافة وتوفير معايير السلامة الأساسية.

تناول الطعام

يبدأ العميل بالاستمتاع بالمحطة الأساسية في التجربة المقدمة من المتجر، وتشمل تقديم تجربة طعام أو مشروبات فريدة، من قبل موظفين بشوشين، بأجواء مريحة تمكن من تكوين تجربة ممتعة.

الدفع والمغادرة

ينهي العميل تجربته بالخطوة الأخيرة في زيارته والتي تترك الانطباع النهائي، وتشمل دفع الفاتورة ومغادرة الموقع. تعتبر هذه المحطة أساسية لترك انطباع جيد يشجع العميل على إعادة الزيارة.

القائمة المرجعية الكاملة لدليل معايير التجربة

في محلات الأطعمة والمشروبات



لتنفيذ المعايير المذكورة في هذا الدليل بشكل عملي، يمكن الاطلاع على القوائم المرجعية التفصيلية المصاحبة لهذا الدليل من خلال مسح رمز الاستجابة السريعة (QR Code) المجاور. حيث صُممت هذه القوائم لتكون أدوات عملية لتنفيذ أفضل الممارسات في تقديم خدمات الأطعمة والمشروبات.



01



الفصل الأول
مرحلة البحث قبل
الوصول

الفصل الأول

مرحلة البحث قبل الوصول

نبذة مختصرة

تُعد رحلة البحث عن المطعم أو المقهى مرحلة مهمة، يبحث فيها الزوّار المحتملون عن وجهة الطعام و الشراب ويتخذون قرارًا باختياره. من الضروري تكوين انطباع أولي إيجابي عن التجربة المقدمة من خلال توفير معلومات واضحة ودقيقة ومغرية لتشجيع الزوّار باختيار متجرك.

هدف العميل:

البحث عن منافذ بيع الأطعمة والمشروبات: رفع جاذبية المطعم في مرحلة البحث من خلال تحسين الانطباع البصري الأول من الخارج أو من خلال التواجد الفعال على الانترنت من مختلف المنصات ذات العلاقة (مثل: منصات التواصل الاجتماعي، المنصات المختصة بالمطاعم و المقاهي، أو المنصات الأخرى ذات العلاقة).

الرحلة الفرعية:

1. البحث عن معلومات حول المطعم:

يسعى الزوّار المحتملون في هذه الرحلة الفرعية إلى الحصول على معلومات دقيقة عن المتجر مثل قائمة الطعام والأسعار وسمعة المطعم.

معلومات تفصيلية لتعزيز تجربة العميل في مرحلة البحث قبل الوصول:

1- تحسين توافر المعلومات عبر الإنترنت عن التجربة التي تقدمها لتمكين العملاء من الوصول إلى المعلومات بسهولة:

■ التواجد على المنصات الإلكترونية.



محتوى إثرائي: كيفية استغلال الحملات الذكية على منصة جوجل مابس لجلب المزيد من الحركة .
رؤج لمطعمك عبر الإنترنت باستخدام حملة الإعلانات الذكية من جوجل، والتي تمكنك من خلالها تحديد فئات العملاء المستهدفة والكلمات المفتاحية الخاصة بأعمالك .



■ توفير المعلومات الأساسية باللغتين العربية والإنجليزية.

■ وضع معلومات شاملة على الإنترنت حول ما يلي:

- قائمة الطعام ونوع المطبخ: وضع معلومات تفصيلية عن قائمة الطعام ونوع المطبخ.
- تصنيف التسعير: استخدام الرموز \$ أو \$\$ لتحديد فئة السعر.
- ساعات العمل: تحديد ساعات العمل بوضوح وحثّها باستمرار.
- الحد الأدنى للإنفاق (إن وجد): توضيح أي متطلبات للحد الأدنى للإنفاق.
- العنوان والموقع وتوفّر مواقف السيارات: تسهيل على العملاء تحديد موقعك والتخطيط لزيارة متجرك.
- معلومات الاتصال: وضع رقم هاتف وعناوين بريد إلكتروني صحيحة للاتصال بالمتجر.
- صور مهنية للمتجر: مشاركة صورًا عالية الجودة للمتجر تساهم بشكل كبير في الانطباع الأولي للعميل.
- صالة داخلية أو طلبات خارجية فقط: تحديد ما إذا كانت هناك صالة لتناول الطعام أم أن الخدمة تقتصر على الطلبات الخارجية (Take away).
- قبول الحجوزات: توضيح للعملاء إن كان من الممكن قبول حجوزات والآلية المتبعة لذلك.

■ توافق الموقع الإلكتروني مع الأجهزة المختلفة (اختياري):

- إن التأكد من أن موقعك الإلكتروني يعمل بسلاسة على أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية على مختلف أنظمة التشغيل (مثل IOS و Android) سيرفع من ثقة العملاء.

■ روابط صالحة:

- من مهام شركات المطاعم او الكافيهات الناجحة التحقق من أن الروابط المنشورة على المنصات الخارجية صحيحة وتؤدي إلى موقعك الإلكتروني/ صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي.

■ تنشيط الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي:

- إن تقديم أحدث المعلومات للعملاء دائمًا حول المطعم أو المقهى يساعد بالمحافظة على نشاط الصفحات الخاصة بالمتجر وعلى وسائل التواصل الاجتماعي.



■ جمع آراء العملاء والتقييمات:

- وضع أهداف دورية لرفع عدد ومستوى التقييمات.
- وضع آليات لتشجيع جمع التقييمات مثل (QR code) إلى صفحة قوغل للتقييمات, أو تشجيع الموظفين للعملاء لترك تقييم.
- وضع منهجية لمراجعة تقييمات العملاء بشكل دوري لتحسين نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة.

■ نشر المعلومات بلغات متعددة:

- يستحسن نشر البيانات الأساسية عن المتجر بلغات إضافية غير العربية والإنجليزية.

2- صحة المعلومات:

■ توفير معلومات اتصال دقيقة:

- التأكد من أن معلومات الاتصال المنشورة عبر الإنترنت دقيقة.

■ التوافق في مختلف المنصات:

- التأكد من توافق بيانات المتجر على كل المنصات.

3- قنوات خدمة العملاء المتاحة:

■ إتاحة قنوات لخدمة العملاء:

- التأكد من توفير قناة واحدة على الأقل مثل رقم هاتف أو بريد إلكتروني أو واتساب، لخدمة العملاء.



محتوى إثرائي: الاستعانة بمزايا برامج خارجية لتحسين فعالية تطبيق واتساب للأعمال وتقليل التدخل البشري. من الممكن الارتقاء بمستوى التواصل عبر تطبيق واتساب من خلال استخدام أدوات الأعمال (واجهات برمجة التطبيقات APIs) لتحسين التواصل مع العملاء.



■ ساعات عمل خدمة العملاء:

- تحديد بوضوح ساعات عمل مركز خدمة العملاء الخاص بك.



4- الكفاءة والسرعة (الاستجابة للعملاء):**■ الاستجابة الفورية:**

- يفضل الرد على رسائل البريد الإلكتروني والرسائل الواردة من العملاء ضمن إطار زمني محدد.
- يستحسن الرد على المكالمات فوراً، ومعاودة الاتصال بأصحاب المكالمات الفائتة.

5- صفات ممثلي الاتصال وخدمة العملاء:**■ وجود طاقم موظفين ودود ونشط:**

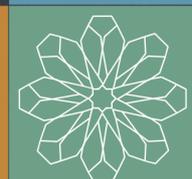
- الترحيب بالعملاء وبذل العناية لمساعدتهم.
- توفير معلومات موثوقة.
- من أسرار النجاح التأكد من معرفة الموظفين بالعروض التي يقدمها مطعمك، ومن قدرتهم على تقديم اقتراحات مفيدة.
- إن إعطاء الصلاحية لموظفي الاتصال لخدمة المتصلين يزيد من ثقة الموظف وحبه في أداء عمله.

■ التواصل بلغتين:

- التواصل الفعّال باللغتين العربية والإنجليزية.
- المساعدة بلغات أخرى.



02



الفصل الثاني الجزء اختياري

الفصل الثاني

الحجز إختياري

نبذة مختصرة

تركز مرحلة الحجز على تبسيط عملية حجز طاولة للعملاء، سواء عبر الهاتف أو عبر الإنترنت أو شخصيًا. وتتطلب هذه الخطوة ضمان التحديد الدقيق للطاولات المتاحة، وتأكيد الحجوزات بكفاءة، وتجهيز المطعم لاستقبال الضيوف بسلاسة وفقًا لحجوزاتهم.

هدف العميل:

تجربة حجز مريحة: يفضل التأكد من أن العملاء يمكنهم حجز طاولة بسهولة، والإجراء الأمثل هو أن يتم تأكيد حجوزاتهم وتنسيقها على الفور.

الرحلات الفرعية للزبائن خلال مرحلة الحجز:

1- إجراء الحجز:

- تتضمن هذه الرحلة الفرعية اختيار العملاء طريقة الحجز المفضلة لهم والعثور على معلومات دقيقة عن الطاولات المتاحة.
- تلقي تأكيد دقيق ومتسق للحجز.

معلومات تفصيلية لتعزيز تجربة العميل في مرحلة الحجز:

1- تواجـد قنوات للحجز:

■ عدد قنوات الحجز المتاحة:

- إن أفضل الممارسات هي توفير طرق مختلفة للزبائن لحجز الطاولات، مثل الهاتف، والإنترنت (الموقع الإلكتروني أو التطبيق)، والحضور شخصيًا.

■ وفر معلومات حجز واضحة:

- تقديم معلومات مفضلة عن سياسات الحجز والمواعيد والإتاحة.
- إتاحة اختيار قسم الجلوس (مثلًا طاولة خارجية / داخلية).





محتوى إثرائي:



التسجيل على منصة MyTable، التفضل بمسح رمز الاستجابة السريعة (QR Code) لمشاهدة فيديو تعليمي حول كيفية التسجيل على منصة "MyTable"، وهي منصة حجز عبر الإنترنت.

2- دقة الحجوزات:

■ التأكد من دقة المعلومات حول توفر الطاوات:

التأكد من أن المعلومات المتاحة عن الحجوزات دقيقة ومُحدّثة على جميع قنوات الحجز.

■ تأكيد الحجوزات:

- تأكيد الحجز مع كل عميل من خلال القناة التي استخدمها مثلاً أن يتم التأكيد عبر الهاتف إذا كان الحجز عن طريق الهاتف.
- تأكيد الحجز عبر قناة ثانوية مثلاً بالإضافة إلى التأكيد عبر الهاتف يتم تأكيد الحجز عن طريق البريد الإلكتروني كذلك.

3- عملية حجز سهلة الاستخدام للعملاء:

■ تبسيط عملية الحجز:

- من الأفضل التأكد من أن عملية الحجز سهلة، لا سيما عبر الإنترنت، مع تقليل الخطوات المطلوبة.

■ تأكيد من وجود فريق عمل يتميز بالاستجابة السريعة:

- يستحسن التأكد من استجابة الموظفين لاستفسارات العملاء عند الحجز، ومعرفتهم بسياسات المطعم.

4- الإعداد للاستقبال:

■ تجهيز المقاعد:

- تجهيز المقاعد مقدماً حسب الحجوزات، بما في ذلك الطلبات الخاصة (مثل: الاحتفال بأيام الميلاد).



03



الفصل الثالث التنقل والوصول

الفصل الثالث

التنقل و الوصول

نبذة مختصرة

تشمل رحلة التنقل والوصول الفترة من لحظة مغادرة العملاء مواقعهم حتى الوصول إلى متجرك، بما في ذلك كل شيء من إيجاد وسيلة نقل وموقف انتظار حتى دخول المطعم والجلوس.

أهداف العميل

سهولة الوصول: سهولة وصول العملاء إلى المطعم والترحيب على المداخل من أسباب النجاح.

الرحلات الفرعية:

تغطي هذه الرحلة الفرعية كل ما يتعلق بمواقف السيارات واللافتات واستقبال الزوار، بما في ذلك:

- التنقل ووسائل النقل إلى المطعم.
- دخول صالة بيع الأطعمة والمشروبات.
- الانتظار وإيجاد طاولة.

العوامل المؤثرة في تجربة الزوّار ومعايير التقييم:

1- اللافتات وسهولة الوصول:

■ وجود مداخل يسهل الوصول إليها:

- التأكد من أن المدخل متاح لجميع الزوار، بما في ذلك الأشخاص من ذوي الإعاقة والأسر التي معها عربات للأطفال.
- تنظيم دخول الزوّار من خلال استخدام قوائم ودواجز انتظار.

■ التأكد من نظافة المدخل:

- تعتبر النظافة عنصر أساسي للراحة، فالمحافظة على نظافة المدخل وعدم وجود عوائق به تبعث الطمأنينة في نفوس الزوار.



■ الإدارة الفعالة لمداخل العملاء:

- الطلب من الموظفين إدارة الانتظار وحل المشكلات.
- أن يكون الموظفين مهتمين وودودين تجاه العملاء.
- ان يكون فريق العمل متعدد اللغات.

2-انتظار السيارات ووسائل النقل:

■ معلومات حول وسائل النقل العامة المتاحة:

- تقديم المساعدة للعملاء المستخدمين ووسائل النقل العام.

■ تعزيز خدمة اصطفاف السيارات (إن كانت متاحة):

- تقديم خدمة اصطفاف مُعزّزة من خلال توفير طاقم عمل يتسم بالكفاءة واللباقة.

■ تقديم خدمات النقل:

- مثل طلب سيارات أجرة للزوار وتوجيههم إلى أقرب محطة أجرة.

3-الاستقبال والترحيب:

- ترحيب العملاء وتوجيههم إلى مقاعدهم أو طاولاتهم.

4- إدارة سائقي التوصيل:

■ تخطيط المساحة:

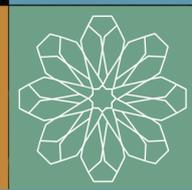
- تصميم الموقع بحيث يتم تخصيص مناطق التحميل في مواقع منفصلة عن مداخل العملاء لمنع أي تداخل قد يؤثر على تجربة العميل.
- استخدام العلامات الإرشادية والحواجز الفعّالة لضمان توجيه السائقين بشكل صحيح نحو مناطق التحميل دون المرور بالمناطق المخصصة للعملاء.

■ تفعيل التكنولوجيا

- تفعيل أنظمة خاصة بإدارة السائقين والطلبات الخارجية لتسهيل إدارة السائقين و تقليل عامل الخطأ في الطلبات.
- توفير أنظمة تنبيه للسائقين عند جهوزية الطلبات لتقليل الازدحام في مناطق الانتظار.



04



الفصل الرابع المرافق

الفصل الرابع

المرافق

نظرة عامة:

يتناول هذا الفصل البنية التحتية والنظافة والسلامة والمرافق التي يجب على المطعم الحفاظ عليها لضمان بيئة تناول طعام مبهجة وآمنة. الإدارة السليمة للمرافق تترك انطباعًا إيجابيًا وتساهم في تجربة العميل بشكل كبير.

أهداف العميل

مرافق مُصمَّمة جيدًا: ويتم المحافظة عليها بشكل نظيف وآمن لتعزيز رضا الزوّار وتشجيعهم على العودة و مدح المتجر للآخرين.

الرحلات الفرعية:

تغطي هذه الرحلة الفرعية كل ما يتعلق بمواقف السيارات واللافتات واستقبال الزوار، بما في ذلك:

1- سهولة الوصول إلى المرافق وسلامتها:

- تركّز هذه الرحلة الفرعية على ضمان تمكين جميع الضيوف من الاستمتاع بجميع مرافق المتجر، مثل دورات المياه والأثاث و التجهيزات الأخرى.

2- نظافة المنشأة وصيانتها:

- للمتابعة و التأكد من نظافة جميع المناطق وصيانتها، بما في ذلك مناطق تناول الطعام، ودورات المياه، ومواقف السيارات.

العوامل المؤثرة في تجربة الزوّار ومعايير التقييم:

1- السلامة:

- توفر مخارج ومعدات السلامة في حالات الطوارئ:

- التأكّد من أن جميع مخارج الطوارئ يمكن تحديدها بسهولة ولا يوجد بها عوائق.



- يجب الحفاظ على وجود معدات الطوارئ (طفايات الحريق، أجهزة الإنذار) وصناديق الإسعافات الأولية، والتأكد من صلاحيتها وذلك لأمن وسلامة المنشأة.

■ الحفاظ على بيئة خالية من المخاطر:

- التأكد دائمًا من خلو جميع الممرات من أي شيء يسبب التعثر ومن أن الأرضيات غير زلقة.
- التأكد من سلامة البيئة للأطفال وخلوها من زوايا حادة ووجود حواجز عند المرتفعات.

3- النظافة:

■ تنظيف مناطق تناول الطعام:

- التأكد من تنظيف الطاومات والكراسي وترتيبها على نحوٍ مناسب بين الضيوف، وعدم بقاء بقايا طعام على الأسطح.

■ تنظيف دورات المياه:

- فحص المراحيض والتأكد من نظافتها للحفاظ على معايير النظافة بشكل مستمر ودوري (يفضل بعد كل استخدام).
- توفير أدوات النظافة في دورات المياه مثل الصوابين السائلة والمناشف الورقية.

■ نظافة المطبخ ومناطق التخزين:

- الحفاظ على نظافة المطبخ ومناطق التخزين وفق معايير الصحة والسلامة.

4- المرافق:

■ صيانة مرافق دورات المياه:

- التأكد من التجهيز الجيد للمراحيض والتصميم الذي يلبي الاحتياجات المختلفة.

■ تحسين مناطق الانتظار:

- الحرص على توفير مناطق انتظار مريحة للضيوف إن أمكن، بما في ذلك المقاعد واللافتات الإعلامية.

■ تحسين توزيع المفروشات في صالة الجلوس:

- الالتزام بمعايير تنظيم الطاومات وتأكد من أن أماكن المقاعد عملية ونظيفة ومريحة وفي حالة جيدة.

■ توفير دورات مياه للنساء منفصلة عن دورات مياه الرجال

- و توضيح ذلك بملصقات و علامات ارشادية.



05



الفصل الخامس
تجربة تناول
الطعام

الفصل الخامس

تجربة تناول الطعام

نظرة عامة:

تمثل تجربة تناول الطعام الجانب الرئيسي لزيارة المطعم. فيركّز هذا الفصل على ضمان تقديم طعام ذو جودة استثنائية، واهتمام فريق العمل بتقديم الخدمة، وتوفير أجواء مبهجة أثناء تناول الطعام. مع مراعاة أن تلبية الخدمات المقدمة توقعات العملاء لضمان أن تكون تجربة تناول الطعام مبهجة ولا تُنسى.

أهداف العميل:

توقعات العملاء: تقديم طعامًا عالي الجودة والاهتمام عند تقديم الخدمة الطعام، و توفير بيئة مدروسة لتناول الطعام والمشروبات.

الرحلات الفرعية:

1. الاستمتاع بالوجبة:

• تغطي هذه الرحلة الفرعية جودة الطعام، واهتمام الموظفين، وبيئة تناول الطعام بشكل عام

العوامل المؤثرة في تجربة الزوّار ومعايير التقييم:

1. جودة الطعام والمشروبات:

■ الحفاظ على الجودة بشكل مستمر:

- المحافظة على جودة الطعام والمشروبات المقدم من خلال الحرص الدائم على استخدام مكونات طازجة عالية الجودة.
- المحافظة على مستوى الطعام واتباع منهجيات لتحضير الطعام بنفس المستوى بشكل مستمر.

■ تقديم الطعام في درجة الحرارة المناسبة:

- الحرص على تقديم الأطباق في درجة حرارة مناسبة حسب الصنف، على سبيل المثال: (تُقدم الأطباق والمشروبات الساخنة ساخنة، والأطباق والمشروبات الباردة باردة).



■ تحضير الطعام المخصص:

- التأكد من إعداد كل طبق وفقًا لتفضيلات العميل (مثل: مستوى التوابل - حراق أو بارد - ودرجة النضج - مستوي جدًا أو متوسط الاستواء).

■ تقديم الوجبات بطريقة جذابة:

- تقديم الأطباق بأسلوب جذاب باتباع أسلوب المتجر، مع الحفاظ على معايير نظافة عالية.

■ تعديل قائمة الطعام والمشروبات حسب احتياجات العملاء:

- التحلي بالمرونة لتعديل الأطباق والمشروبات حتى تتناسب مع التفضيلات الغذائية الشائعة أو حساسيات العملاء (مثل: النباتيين أو الممنوعين من الغلوتين والمكسرات).

■ السعرات الحرارية للطعام:

- توفير السعرات الحرارية و البيانات التغذوية و مسببات الحساسية بحيث تكون واضحة سواء في قائمة الطعام الورقية أو من خلال باركود أو شاشات إلكترونية في مناطق استقبال العملاء.

2. أجواء المطعم أو المقهى:

■ المحافظة على نظافة صالة تناول الطعام والشرب:

- الحرص على أن تكون صالة تناول الطعام نظيفة وصحية، كما يجب مسح الطاولات والكراسي بعد مغادرة كل زبون فورًا وقبل جلوس العميل التالي على الطاولة.

■ بيئة مريحة:

- يفضل المحافظة على أجواء تناول طعام لطيفة بإضاءة ومستويات صوت مناسبة، بحيث لا تكون شديدة السطوع.

■ هوية المتجر:

- تعيين هوية وعلامة تجارية متميزة ويشمل ذلك على الاسم والشعار و الألوان المستخدمة.
- تقديم أطعمة ومشروبات متوافقة مع الطابع للمطبخ المقدم من قبل المتجر (على سبيل المثال: تقديم الأطباق الإيطالية في المطعم الإيطالي).
- الحفاظ على هوية المتجر البصرية من الداخل (يشمل ذلك على الديكورات والمفروشات وزي العاملين إلخ..) والتأكد بأنها في حالة جيدة.
- تقديم ورقيات واستهلاكيات بهوية المتجر مثل: المناديل والأكياس والأكواب.



■ ترتيب أماكن الجلوس:

- ترتيب الطاولات وترك مساحات كافية بينها لضمان الخصوصية مع الحفاظ على سعة صالة الطعام المريحة.

■ تقديم تجربة مثرية

- استخدام معطر جو فريد لتقديم تجربة حسية مميزة.
- يمكن توفير بعض مظاهر البهجة للصغار مثل البالونات و الألعاب الصغيرة.
- يمكن اضافة التمور و القهوة العربية في مدخل المنشأة أو عند صالة تناول الطعام كترحيب بالزوار.

■ محتوى إثرائي:



تقرير أحدث التطورات من الهيئات البصرية السعودية تقرير الهيئات التجارية من شركة مشبك، يعرض الهيئات البصرية للعديد من الجهات الحكومية والخاصة في السعودية، بما في ذلك الشعارات واستراتيجيات العلامات التجارية، مما يساعد المنظمات والمصممين على فهم اتجاهات العلامات التجارية الحالية وتنفيذ استراتيجيات هوية متماسكة لمشاريعهم الخاصة.

3. التزام الموظفين:

■ المساعدة الاستباقية:

- تقديم المساعدة دون تطفل، ولكن بما يضمن شعور الضيوف بالاهتمام طوال فترة تناول الطعام.

■ الإجابة على أسئلة العملاء بطريقة ودية:

- تدريب الموظفين على أن يكونوا ودودين وسهل التعامل معهم، وأن يكونوا قادرين على الإجابة عن الأسئلة المتعلقة بقائمة الطعام والمكونات وطرق التحضير.

■ المراقبة والمتابعة:

- تدريب الموظفين على مراقبة الطاولات بانتظام ومتابعة العملاء لضمان رضاهم عن الطعام وتلبية طلباتهم على وجه السرعة.



06



الفصل السادس الدفع والمغادرة

الفصل السادس

الدفع و المغادرة

نظرة عامة:

يتضمن فصل الدفع و المغادرة التفاعل الأخير للضيوف مع مطعمك، بدايةً من تسوية الفاتورة وحتى مغادرة المبنى. من المهم للغاية تقديم تجربة سلسلة وإيجابية لترك انطباع أخير جيد لدى الضيوف يشجع على تكرار الزيارة ونشر صيت إيجابي عن الخدمات التي تقدموها.

أهداف العميل:

سهولة المغادرة و الوداع: تأكد من توفير إمكانية دفع الفاتورة بسرعة و سهولة أثناء تقديم الوداع الحار لهم.

الرحلات الفرعية:

1. تسوية الفاتورة:

- تركز هذه الرحلة الفرعية على إجراءات الدفع و ترتيبات المغادرة و ترك التقييمات.

العوامل المؤثرة في تجربة الزوار و معايير التقييم:

1. عملية الدفع:

■ التأكد من دقة الفاتورة:

- التأكد من أن الفاتورة دقيقة، و جميع البنود مفصلة، و من تطبيق لأي خصومات أو عروض.

■ توفير عدة خيارات دفع:

- توفير مجموعة متنوعة من طرق الدفع، مثل الدفع النقدي، و الائتماني، و الدفع بدون تلامس و محافظ الجوال.

■ التعامل مع عملية الدفع و المغادرة بكفاءة:

- التأكد من إتمام عملية الدفع بسرعة و لطافة من قبل الموظفين، لتقليل أوقات انتظار العملاء.





محتوى إثرائي:



نظام رمز الاستجابة السريعة (QR) الخاص بفودكس لعرض قائمة الطعام والدفع منتج رقمي تقدمه شركة فودكس يساعد على تقليل وقت انتظار العملاء لطلب الطعام أو سداد الفاتورة، مع تقليل العمالة غير الضرورية.

2. المغادرة:

توديع العملاء:

- يستحسن تقديم وداع شخصي لكل عميل يغادر المتجر، وشكره على الزيارة.
- **تسريع خدمات صف المركبات (إن وُجدت):**
- قدّم خدمات فعالة لصف المركبات، وساعد العملاء على العثور على مركباتهم بسرعة.

3. ملاحظات الضيوف:

اتباع طرق فعالة لتسجيل ملاحظات الضيوف:

- تقديم طرقًا بسيطة وفعّالة للضيوف لمشاركة التقييمات والآراء (مثل بطاقات التعليقات والاستطلاعات عبر الإنترنت).

الاستجابة للآراء:

- التعامل فورًا مع تعليقات العملاء والتأكد من إجراء التغييرات اللازمة.



محتوى إثرائي:



أفضل الممارسات للحصول على مراجعات وتعليقات على منصة قوقل مابس، تقدّم المراجعات والتعليقات على "Google" معلومات مفيدة وتبرز نشاطك التجاري على "خرائط Google" و"بحث Google"، ويمكنك تشجيع العملاء على إضافة مراجعات من خلال مشاركة رابط خاص بهم، مع اتباع أفضل الممارسات مثل إثبات ملكية ملفك التجاري، وتذكير العملاء بإضافة المراجعات، والرد على المراجعات لاكتساب ثقة العملاء.

4. المتابعة مع العملاء:

التواصل مع العملاء ومتابعة تجربتهم:

- التواصل مع العملاء بعد الزيارة لشكرهم ودعوتهم للعودة، إذا اختاروا السماح لمطعم بالتواصل معهم للتسويق للمطعم.

توفير برنامج الولاء (إن وُجد):

- إدراج العملاء المغادرين في أي برنامج ولاء لتشجيعهم على تكرار الزيارة.



الختام

يمكن للمطاعم والمقاهي في المدينة المنورة تقديم تجربة زوار رائعة بتطبيق المعايير المذكورة في هذا الدليل. حيث تساهم هذه المبادئ التوجيهية على ضمان تقديم خدمات متسقة وعالية الجودة تساهم في جعل قطاع الأطعمة والمشروبات بالمدينة المنورة جهة رائدة في مجال الضيافة، لتجذب الزوار من جميع أنحاء العالم.

تقييم الدليل و مشاركة المقترحات



نشكركم على وقتكم في الاطلاع على الدليل. نسعى دائماً لتحسين محتوى الدليل وتطويره ليلبي احتياجاتكم ويحقق تطلعاتكم.



لذا ندعوكم للمشاركة في استبيان تقييم الدليل، حيث يمكنكم تقديم آرائكم القيمة ومقترحاتكم البناءة.

إن ملاحظاتكم هي جزء أساسي من عملية التطوير المستمر، وتسهم بشكل فعال في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

لأي استفسارات أو لمزيد من المعلومات حول دليل تحسين تجربة الزوار في المطاعم والمقاهي، يُرجى التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني: info@mda.gov.sa. نحن هنا للمساعدة ودعمكم في كل خطوة نحو تحقيق التميز.



