

التقرير السنوي

2023

1444 هـ - 1445 هـ



بسم الله الرحمن الرحيم

In the name of Allah, The Most
Gracious and The Most Merciful



خادم الحرمين الشريفين
الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود

حفظه الله ورعاه



صاحب السمو الملكي
الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز آل سعود

ولي العهد ورئيس مجلس الوزراء

حفظه الله



جدول المحتويات والملاحق

05 مجلس الإدارة

06 الخاتمة

01 التمهيد

كلمة معالي رئيس مجلس الإدارة	7
كلمة الرئيس التنفيذي	9
الملخص التنفيذي	11
قائمة المصطلحات	15

02 نظرة عامة

المشهد العالمي لقطاع السياحة	19
المشهد السياحي في المملكة	24
التوجه الاستراتيجي	29

03 تسليط الضوء على الإنجازات

أبرز مشاريع وإنجازات 2023	34
---------------------------	----

04 نظرة مستقبلية

الفرص والعوامل المساعدة على تحقيقها	122
-------------------------------------	-----

01

التمهيد





كلمة معالي رئيس مجلس الإدارة

أ. أحمد بن عقيل الخطيب



يشرفني أن أقدم التقرير السنوي للهيئة السعودية للسياحة لعام 2023م، والذي نسلط فيه الضوء على أبرز النجاحات والإنجازات الرئيسية التي حققتها الهيئة خلال هذا العام، كما أود أن أعبر عن امتناني وتقديري لخدام الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز، وصاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز ولي العهد ورئيس مجلس الوزراء -حفظهما الله-، على دعمهما الثابت ورؤيتهما الرائدة لقطاع السياحة في المملكة.

ويسرني أن أذكر هنا وبكل فخر تحقيقنا لمستهدفات رؤية السعودية 2030م وذلك بالوصول إلى 100 مليون سائح، كما بلغ عدد السياح الوافدين رقماً قياسياً يزيد عن 27.4 مليون سائح بزيادة تعادل 65% مقارنة بالعام الأسبق، والملفت للنظر أنه تم تحقيق هذا المستهدف قبل أوانه بسبع سنوات.

وقد جاءت هذه الإنجازات نتيجة للدور الهام الذي لعبته الهيئة السعودية للسياحة في تعريف العالم بـ "روح السعودية" الهوية الرسمية للسياحة السعودية، والترويج للوجهات السياحية الفريدة من خلال شراكاتها الاستراتيجية داخل وخارج الحدود، الذين يشاركوننا نفس الشغف لتسليط الضوء على كنوزنا الثقافية والطبيعية إضافة للشعب السعودي المرحب والمضياف، في سياق سعينا الدؤوب للوصول إلى تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030م، التي تلعب دوراً محورياً في شحذ الهمم وتوسيع المدارك وتحقيق التطلعات.

وعلى ضوء هذا الإنجاز ومع تسارع وتيرة النمو، التي تزامنت مع زيادة عدد الرحلات الجوية وعدد الوحدات الفندقية وتنوع الأنشطة والفعاليات النوعية والعالمية وجاهزية الوجهات الجديدة في جميع أنحاء المملكة؛ فكانت الخطوة الملائمة هي رفع مستوى الطموح والأهداف إلى 150 مليون سائح سنوياً، محلياً ودولياً، بحلول العام 2030م.

ومن المقاييس الرئيسية الأخرى للنجاح تأتي أهمية رفع مستوى الإنفاق، ويسرنا هنا أن نعلن عن الوصول إلى رقم قياسي بلغ 251.3 مليار ريال سعودي، منها 111.8 مليار ريال سعودي من السياحة المحلية، بينما بلغ مستوى الإنفاق من السياحة الوافدة إلى 139.5 مليار ريال سعودي، وهو ما يعادل زيادة بنسبة 22% مقارنة بالعام 2022م.

كلمة معالي رئيس مجلس الإدارة

أ. أحمد بن عقيل الخطيب

كما يعبر هذا النجاح عن مكانة المملكة وريادتها كأحد أهم صناعات السياسات والتأثير على المستوى الإقليمي والدولي، من خلال رئاسة المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية، التي يشرفني توليها للفترة الثانية على التوالي، إضافة لاستضافة المجتمع الدولي ووزراء السياحة من جميع أنحاء العالم بمناسبة يوم السياحة العالمي، وكذلك الفوز باستضافة الأحداث العالمية مثل إكسبو 2030، وترشيحنا لاستضافة كأس العالم FIFA 2034، وهو ما يؤكد استعداد العالم للتعايش والتفاعل مع رؤيتنا وطموحاتنا والتي نسعى جميعاً لتحقيقها.

طموحنا هو أن نصبح واحدة من أعلى 10 وجهات سياحية زيارة في العالم، حيث أننا نحتل حالياً المركز 13، متقدمين 10 مراكز في غضون 4 سنوات فقط، ووفقاً لتقرير منظمة السياحة العالمية التابع للأمم المتحدة، حلت السعودية في المركز الثاني من حيث عدد السياح الوافدين في الربع الأول من عام 2023م، حيث استمرت المملكة في قيادة جهود المنطقة للتعافي من آثار الجائحة، مع ارتفاع أعداد الوافدين 20% عن مستويات ما قبل الجائحة، وذلك حتى سبتمبر 2023م، أما بحلول نهاية العام 2023م فقد حققت المملكة المرتبة الأولى في نمو أعداد السياح الدوليين بزيادة تعادل 56% مقارنة بالعام الماضي 2022م.

وتواصل الهيئة السعودية للسياحة جهودها لدراسة الإمكانيات والتحديات للدخول إلى أسواق جديدة، وتحسين تجربة الزائر باستمرار، والتعاون مع الوزارات والجهات الحكومية الأخرى لتسهيل الحصول على التأشيرات، إضافة لإبرام الشراكات مع كبرى شركات السياحة ومواقع الحجوزات، وتشجيع شركات الطيران على فتح مسارات جديدة؛ ومنظمي الفعاليات على تطوير منتجات سياحية ملهمة وقابلة للحجز في الوقت المناسب، وكل ذلك من أجل مواصلة العمل وتسارع النمو.

وفي الختام، يسرني أن أتقدم بالشكر لمجلس إدارة الهيئة السعودية للسياحة وجميع منسوبيها على جهودهم الكبيرة ومساهماتهم في تحقيق الكثير من الإنجازات في فترة قصيرة من الزمن، وسيستمر سعينا الحثيث إلى مضاعفة الجهود لتحقيق المزيد من الإنجازات والوصول للمستهدفات الوطنية.



كلمة الرئيس التنفيذي

أ. فهد بن محمد حميد الدين



تتجدد قصة نجاح منظومة السياحة السعودية اليوم وهو ما يزيد من شعوري كأحد منسوبيها بالاعتزاز الكبير بالدعم اللامحدود والاهتمام المتواصل من القيادة الرشيدة متمثلة في توجيهات خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود حفظه الله، ومتابعة دؤوبة من صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز آل سعود ولي العهد ورئيس مجلس الوزراء حفظه الله، الذي منحنا الكثير من الثقة والأمل بحجم يتجاوز التحديات ويحول الصناعة التي كانت محل شك إلى منجزات متقدمة وتقنيات متطورة ساهمت في نمو فاق التوقعات، كما حقق أرقاماً قياسية ومن أبرزها تحقيق أحد مستهدفات رؤية السعودية قبل أوانها بسبعة أعوام؛ واليوم نشرف بخدمة **100** مليون سائح خلال العام 2023م، وهو ما جعلنا نرفع سقف أحلامنا بفضل الله ثم الدعم المتواصل المتواصل إلى **150** مليون سائح بحلول العام 2030م.

نحن اليوم أمام منجز يتجاوز الأرقام إلى المفاهيم التأسيسية للصناعة وهو ما يشهد به الجميع في الداخل والخارج، حيث رسخنا هوية سياحية سعودية متميزة تنافس وتتفوق على نظيراتها في العديد من دول العالم الرائدة في المجال، وذلك على مستوى التنظيم والإدارة، والرقمنة، ورفع مستوى تجربة الزائر، والاستجابة الفعالة والسريعة مع كل الملاحظات.

ومن المنجزات التي سعيًا لتحقيقها الوصول إلى التكاملية المؤسسية مع منظومات مختلفة وجهات متعددة، ومنها الحج والعمرة، والناقل الجوي، والشركات الوطنية في قطاع الخدمة السياحية، إذ تتمحور حول تمكينها لرسم ملامح مستقبل سياحي مستدام ونابض بالحياة والتنوع والفعالية المستمرة.

البيانات والتقنية الفائقة كانت طريقنا الأمثل لفهم عملائنا وتصنيفهم، كما قادتنا التفاصيل الصغيرة إلى تحديد الشرائح المستهدفة والفنوات المثلى للوصول إليها، وبناء خطاب تواصل جعلنا ننقل من مستوى تغيير الصورة النمطية إلى التشويق وخلق الدافع لاكتشاف ثرائنا الثقافي والطبيعي والروحي.

كلمة الرئيس التنفيذي

أ. فهد بن محمد حميد الدين

تعددت الشخصيات العالمية والأسواق ووصلنا اليوم إلى أربع محطات إقليمية كبرى في الشرق الأوسط وأفريقيا، وآسيا والمحيط الهادئ، وأوروبا والأمريكتين، كما قطعنا شوطاً بعيداً في استهداف السائحين لأهم دول العالم رغم التنافسية العالية، ووصلنا إلى شراكات استراتيجية مع أهم المنصات السياحية العالمية مثل: إكسبيديا، جاذر إن، وهوتل بيدز، وسكاي سكانر، وتريب دوت كوم، وويب بيدز، وويجو، وغيرها.

وبعد النجاح من ناحية الصعيد الوطني، أننا خلقنا الشغف والفضول لدى السعوديين، الذين عرفوا قطاع الصناعة السياحية بالبحث عن أعلى المعايير؛ لخوض مغامرة اكتشاف أرجاء الوطن، وبدأ إطلاق المواسم السياحية من فكرة ثم سرعان ما تحولت إلى حالة نجاح مجتمعي لتحقيق زيادات واعدة ومبشرة، حيث بلغت نسبة الزيادة 12% لأعداد السياح بموسم الصيف، وذلك بارتفاع معدل الإنفاق 35% مقارنة بالعام الماضي 2022م، وصولاً ما يقارب 80 مليون سائح من داخل السعودية في عام 2023م.

في الختام هنا تفاصيل قصة نجاح لمنظومة السياحة ورأبدها معالي الأستاذ أحمد الخطيب، فشغفه وطموحه المستمر كان له دور كبير في إلهام العاملين فيها، وكل فرد منهم يستحق الإشادة باعتباره أحد صناعات النجاح وإلى المزيد من الأرقام والإنجازات حيث لا سقف لطموحاتنا.

الملخص التنفيذي

الابتكار والتميز وريادة الأعمال داخل العمل، وهذا النهج الشامل ذو الجوانب المتعددة يمهّد الطريق لاستمرار النجاح في الترويج للسياحة السعودية.

ومن خلال السياحة الداخلية تترجع مبادرة "حفاوة" التي أبرزت قيمة الكرم داخل المجتمع السعودي، حيث تمت إدارة احتفالات وحملات يوم التأسيس وإقامة ملتقى السياحة السعودي لإنشاء منصة لتبادل المعرفة وتعزيز التواصل داخل القطاع.

وتم تحقيق هدفنا لعام 2030م في عام 2023م، وهذا يعد إنجازاً قبل أوانه بسبع سنوات، حيث بلغ عدد سياح الداخل والخارج أكثر من 100 مليون زيارة.

منذ إنشائها في مارس 2020م، لعبت الهيئة دوراً حيوياً في دعم نمو قطاع السياحة كجزء من رؤية السعودية 2030م وأهداف الاستراتيجية الوطنية للسياحة، التي تهدف إلى التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما تسعى الهيئة إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية الوطنية المتمثلة في زيادة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بمقدار 10%، وتوفير 1.6 مليون فرصة عمل، وجذب 150 مليون سائح محلي ودولي بحلول عام 2030م.

وكجزء من منظومة السياحة السعودية، تساهم الهيئة بشكل أساسي في الترويج للمملكة العربية السعودية كوجهة سياحية محلياً وعالمياً، وإبراز الثقافة السعودية، وخلق تصور إيجابي من خلال ترويج وتوزيع المنتجات والباقات السياحية المتنوعة في الأسواق المحلية والدولية، وعرض التراث السعودي والمعالم الثقافية، كل ذلك من خلال قياس أداء العلامة التجارية "أهلاً بالعالم"، واقتراح أفضل طرق تحسينها، فضلاً عن التعاون مع الجهات الحكومية والقطاع الخاص محلياً ودولياً، كما تسعى الهيئة جاهدة لتعزيز المنتجات السياحية وتقديم أفضل العروض للسياح من جميع أنحاء العالم، ويظل تركيز الهيئة منصباً على إطلاق الإمكانيات الكاملة للوجهات ذات الأولوية، وتعزيز الهوية الرسمية للسياحة السعودية، وإقامة شراكات قيمة للترويج وجذب السياح، وسنستمر في دورنا الريادي عبر دعم وتطوير المنتجات السياحية المبتكرة، مع تعزيز ثقافة

10% 

نسبة زيادة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

توفير

1.6 مليون 

فرصة عمل

جذب

150 مليون 

سائح محلي ودولي

تم تحقيق هدفنا لعام 2030م في عام 2023م

مؤشرات السياحة الرئيسية 2023

✈ دولياً

2023		2022	
27.42	<	16.6	السياح
مليون		مليون	
%65	<	%378+	النسبة المئوية للتغير
139.5	<	98.3	الإنفاق
مليار ريال		مليار ريال	
%42+	<	%568+	معدل التغير
40	<	32	صافي نقاط الترويج
+8	<	7-	التغير



100M WELCOMES



*الإحصائيات مؤقتة، سيتم إصدار الإحصائيات الرسمية لعام 2022م من قبل وزارة السياحة في الربع الثاني من عام 2023م، ولا تشمل الإحصائيات موسم الحج.

** يقع صافي نقاط الترويج للسياح الدوليين ضمن النطاق العالي الذي يتراوح بين 30 إلى 70

محلّياً

2023		2022	
79.4 مليون	<	77.8 مليون	السياح المحليين
2+%	<	22+%	النسبة المئوية للتغير
111.8 مليار ريال	<	107.3 مليار ريال	الإنفاق المحلي
4+%	<	16+%	النسبة المئوية للتغير
38	<	49	صافي نقاط الترويج
-10	<	7+	التغيير

جدول المصطلحات

تأتي هذه المصطلحات وتعريفاتها في التقرير السنوي للهيئة السعودية للسياحة وملحقاته -إن وجدت-؛ لتقديم المعنى والمقصد الرسمي منها، ما لم يقتض السياق غير ذلك.

المصطلح 	التعريف 
التقرير	التقرير السنوي للهيئة الحكومية حسب المادة 29 من نظام مجلس الوزراء.
مؤشر صحة الهوية (BHT)	برنامج لمتابعة انتشار وتأثير الهوية الرسمية للسياحة السعودية "روح السعودية".
السياحة الدولية	تشمل السياحة الدولية أنشطة السياح خارج بلادهم بغرض الترفيه أو الاستكشاف.
السياحة الداخلية	تشمل السياحة الداخلية أنشطة السياح داخل بلادهم بغرض الترفيه أو الاستكشاف.
السياحة الذكية	نموذج لدعم الابتكار وقيادة التحول الإيجابي داخل الوجهات السياحية باستخدام التقنية المتقدمة وتحليل البيانات والرقمنة لتطوير تجربة أكثر سلاسة واستدامة.
السائح الدولي	يصبح المسافر سائحاً دولياً إذا: (أ) كان في رحلة سياحية و (ب) كان مقيماً وسافر خارج الحدود أو غير مقيم وقرر السفر إلى البلد المرجعي.
مؤشرات الأداء الرئيسية	مجموعة من المعايير القابلة للقياس الكمي التي تستخدم لقياس الأداء.
معرض سوق السفر العربي (ATM)	الحدث الإقليمي الرائد في مجال السفر والسياحة والذي يفتح إمكانيات الأعمال في الشرق الأوسط لرواد الأعمال في القطاع السياحي.
معرض سوق السفر العالمي (WTM)	الحدث الدولي الرائد في مجال السفر والسياحة والذي يقدم فرصاً وإمكانيات لرواد الأعمال في قطاع السياحة والسفر حول العالم.

التعريف

المصطلح

إجمالي الإنفاق في المملكة العربية السعودية للرحلات الترفيهية فقط.

الإنفاق

يشير إلى البلدان (مثل الصين والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا) وحددت الهيئة قائمة الدول المصدر ذات الأولوية، للتركيز على تطوير وتنفيذ مبادراتها.

دول المصدر (مصدر السائح)

مجموعة من المنتجات التي يمكن حجزها في نفس الخطوة.

باقة

المنتج السياحي عبارة عن مزيج من العناصر الملموسة وغير الملموسة، مثل الموارد الطبيعية والثقافية، والمعالم السياحية والمرافق والخدمات والأنشطة التي تشكل تجربة سياحية متكاملة بما فيها من المشاعر والانطباعات العامة، وذلك للسائح المحتمل. يتم تسعير المنتج السياحي وبيعه من خلال قنوات التوزيع وله دورة حياة.

المنتج

الجهة المسؤولة عن إدارة الوجهات السياحية.

هيئات تطوير الوجهات

الشركات المتخصصة في تنظيم الرحلات.

شركة إدارة الوجهات

وكلاء السفر عبر الإنترنت.

OTA

نسبة المسافرين الذين يعرفون أن السعودية وجهة لقضاء عطلة أو إجازة قصيرة.

بناء الوعي

النسبة المئوية للمسافرين الذين يفكرون في زيارة المملكة العربية السعودية كوجهة سياحية في المستقبل القريب (12 شهراً).

وضع الوجهة بالاعتبار على المدى القريب

جدول المصطلحات

تأتي هذه المصطلحات وتعريفاتها في التقرير السنوي للهيئة السعودية للسياحة وملحقاته -إن وجدت-؛ لتقديم المعنى والمقصد الرسمي منها، ما لم يقتض السياق غير ذلك.

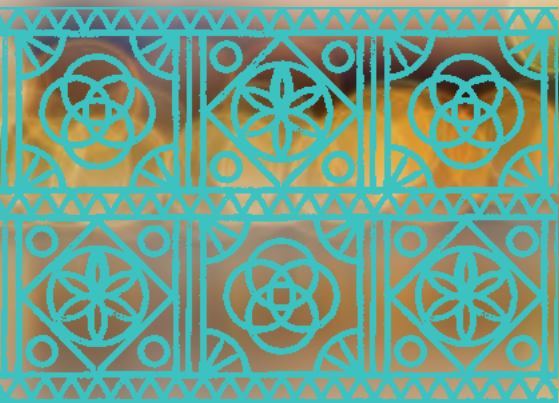
المصطلح	التعريف
معدل التحويل	معدل المستخدمين الذين حجزوا المنتج من إجمالي عدد المستخدمين الذين زاروا الموقع.
NPS (صافي نقاط الترويج)	تشير إلى احتمال أن يوصي المستخدمون بالعلامة التجارية للآخرين. كما تشير إلى الفرق بين السياح الذين من المرجح أن يوصوا بالمملكة العربية السعودية للآخرين ("المروجين") مقابل أولئك الذين لا يوصون بها ("المنتقدين").
نسبة الرضا	تشير نسبة رضا العملاء أو السياح إلى رضا العملاء عن تجربة أو علامة تجارية. وهو يدل على مدى رضا السياح عن عروض السياحة في المملكة العربية السعودية. يتم احتسابها على أنها النسبة المئوية لأولئك الذين اختاروا أعلى اختياريين، على مقياس مكون من خمس نقاط.
الظهور	مقياس يشير إلى كل مرة يتم فيها عرض الإعلان في جميع المنصات الرقمية المختارة.
التفاعل	المواقف الإيجابية والمشاعر التي يشعر بها الناس تجاه علامة المواسم السعودية على وسائل التواصل الاجتماعي.
مدى الوصول (مدى الوصول التراكمي)	العدد غير المكرر لإجمالي الأشخاص الذين تم الوصول إليهم من خلال جميع نقاط الخططة الإعلامية.
المشاعر	المواقف والمشاعر الإيجابية لدى الأشخاص تجاه الوجهة وفي حملات تسويقية محددة على وسائل التواصل الاجتماعي.
نسبة التفاعل محايد	ردود الأفعال المحايدة حول وجهة أو حملة تسويقية محددة على منصات التواصل الاجتماعي.
نقاط الاهتمام	عامل جذب يستحق الترويج أو الزيارة للسياح داخل الوجهة السياحية.
حفاوة	الإتيقان والعناية والكرم هي السمات التي تحدد هويتنا السياحية -الحفاوة- يتم احتساب النتيجة النهائية بناء على اختيار أعلى مربعين ضمن مقياس الرضا المكون من خمسة اختيارات.

02

نظرة عامة



المشهد العالمي لقطاع السياحة



الوضع الراهن لقطاع السياحة مقارنةً بعام 2019م

يعتبر قطاع السياحة المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي والفرص الوظيفية في جميع أنحاء العالم. ومؤخراً، يشهد قطاع السياحة انتعاشاً واعداً، وكذلك تشير التوجهات المستقبلية إلى عودة قوية للسياحة العالمية. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة والمجلس العالمي للسفر والسياحة، فإن القطاع قد حقق مستويات انتعاش تصل إلى ما بين 90% و95% مقارنةً بمستويات عام 2019م، بينما تشير التقديرات وفقاً للمجلس العالمي للسفر والسياحة، إلى أنه بحلول نهاية عام 2023م قد تحقق 34 دولة من 185 انتعاشاً كاملاً من مستويات ما قبل الجائحة ومن المتوقع الوصول إلى التعافي الكامل خلال النصف الأول من العام 2024م.

وبحسب منظمة السياحة العالمية، فقد ارتفع معدل أعداد السياح إلى 38% مقارنةً بعام 2022م، حيث بلغت 91% من مستويات ما قبل الجائحة على مستوى العالم، وبلغت ذروتها البالغة 92% في شهر يوليو، وبالرغم من الأحداث في أوكرانيا والحرب القائمة على غزة، بجانب التداعيات التي هددت الاستقرار الاقتصادي في ظل الجائحة، إلا أن المؤشرات تشير للانتعاش الكامل في العام المقبل.

وكان من المتوقع أن يصل القطاع إلى 9.5 تريليون دولار هذا العام (أي أقل بنسبة 5% فقط من مستويات عام 2019م، مع وجود 34 دولة سبّاقة في ذلك)، وأيضاً 15.5 تريليون دولار بحلول عام 2033م، وكذلك تشير التوقعات وفقاً للمجلس العالمي للسفر والسياحة إلى بلوغ الوظائف 95% من مستويات العام 2019م، وأنه بحلول عام 2033م من المتوقع توظيف 430 مليون شخص حول العالم، وما يقارب 12% منهم عاملين في هذا القطاع.

يشير استطلاع أجراه المجلس العالمي للسفر والسياحة وTrip.com إلى أن 75% من المسافرين يفكرون في السفر بشكل أكثر استدامة في المستقبل، بينما اختار 60% خيارات سفر أكثر استدامة في العامين الماضيين. ومع الأهمية التي تولي للتنمية المستدامة في السعودية، فإن هذا الاتجاه العالمي سيكون له أهمية كبيرة بالنسبة للمملكة.

المشهد العالمي لقطاع السياحة

95%

نسبة التعافي

34 دولة

من أصل 185 تم تحليل
نسبة التعافي بالكامل

22 مليون

وظيفة إضافية في قطاع السياحة
مقارنة بعام 2023م

80%

ارتفاع نسبة إنفاق السائح الدولي



34 دولة

من 185 دولة حققت انتعاشاً كاملاً
من مستويات ما قبل الجائحة.



90-95%

نسبة انتعاش قطاع السياحة
مقارنةً بمستويات عام 2019م.



9.5 تريليون دولار

توقع وصول هذا القطاع.



38%

نسبة ارتفاع أعداد السياح مقارنةً
بعام 2022م، بحسب ما ذكرته
منظمة الأمم المتحدة للسياحة.



430 مليون شخص

متوقع توظيفهم حول العالم.

12%

منهم عاملين بالقطاع.

الشرق الأوسط المنطقة الوحيدة التي تجحت في تجاوز مستويات 2019م

58%

نسبة انتعاش ونمو القطاع السياحي
في المملكة لعام 2023م.

156%

حققت المملكة انتعاشاً ملحوظاً بلغ
156% في عدد السياح الدوليين في
عام 2023م مقارنةً بعام 2019م.

88%

نسبة متوسط الانتعاش العالمي.

تميزت منطقة الشرق الأوسط بأدائها في عام 2023م، من خلال تجاوز مستويات عام 2019م؛ حيث حققت انتعاشاً ونمواً ملحوظين. وشهدت المملكة ارتفاعاً كبيراً بنسبة 58% في عام 2023م؛ مما ساهم في تجاوز المنطقة لأثار الجائحة، في حين تجاوز عدد الوافدين إلى الشرق الأوسط مستويات ما قبل الوباء بنسبة 22%

ووفقاً لتقرير منظمة السياحة العالمية "بارومتر" الصادر في يناير 2024م، حققت المملكة انتعاشاً ملحوظاً بلغ 156% في عدد السياح الدوليين في عام 2023م مقارنةً بعام 2019م؛ حيث تجاوزت بذلك متوسط الانتعاش العالمي لـ 88%. وبحلول نهاية العام، تصدرت المملكة قائمة الأمم المتحدة في نمو عدد السياح الدوليين للدول الكبرى سياحياً محققة زيادة بنسبة 56%.



تصدرت المملكة قائمة
الأمم المتحدة في نمو
عدد السياح الدوليين
للدول الكبرى سياحياً.

إحصائيات السياحة حول العالم بالأرقام



* المصدر: مقال على موقع المجلس العالمي للسفر والسياحة

مشهد السياحة في المملكة



مشهد السياحة في المملكة

تعمل الهيئة السعودية للسياحة مع وزارة السياحة، وصندوق التنمية السياحي، ومجلس التنمية السياحي، وبرنامج الربط الجوي، والهيئة السعودية للبحر الأحمر، لتسريع نمو القطاع وتحقيق الأهداف الطموحة للمملكة.



باقعة مليئة بالفعاليات والأنشطة

تتمتع السعودية بمجموعة واسعة من الفعاليات الموسمية التي أصبحت جزءاً من أجندتها السنوية، بما في ذلك:



وفي عام 2023م، فازت السعودية باستضافة معرض إكسبو 2030، والتي من المتوقع أن تساهم في جذب ملايين السياح.



01

أول منتجع فاخر في
منطقة البحر الأحمر



02

منتجع Six Senses
Southern Dunes

شهد عام 2023م افتتاح بعض الوجهات التي طال انتظارها بما في ذلك أول منتجع فاخر في منطقة البحر الأحمر، ومنتجع Six Senses Southern Dunes، وفندق سانت ريجيس في الرياض.



03

فندق سانت ريجيس
في الرياض



التقدم في التصنيف العالمي

01

تصدرت السعودية تصنيف
هيئة الأمم المتحدة للسياحة
لنمو أعداد السياح الدوليين
عام 2023م مقارنة بعام 2019م
بين الوجهات السياحية الكبرى،
حيث سجلت زيادة بنسبة
56% بحسب مقياس السياحة
العالمية.

02

وفي عام 2023م، نشر اتحاد
النقل الجوي الدولي (إياتا)
مؤشراً قفز فيه الربط الجوي
السعودي إلى المركز 13 من
المركز 27 في عام 2019م،
حيث يربط حالياً 131 وجهة
حول العالم.

03

استقبل مطار الملك عبد
العزیز الدولي في جدة
42.7 مليون مسافر في عام
2023م، بنمو 36% مقارنةً بـ 31.4
مليون مسافر في عام 2022م.
(المصدر: أريبيان بزنس).



42.7 مليون

مسافر في عام 2023م تم
استقباله من قِبل مطار الملك
عبد العزيز الدولي في جدة



56%

الزيادة في نسبة أعداد
السياح الدوليين عام
2023م مقارنة بعام
2019م في السعودية.



تصدرت السعودية تصنيف
هيئة الأمم المتحدة
للسياحة لنمو أعداد
السياح الدوليين عام
2023م مقارنة بعام 2019م

التوجه الاستراتيجي



استراتيجية الهيئة السعودية للسياحة

بنت الهيئة استراتيجيتها من خلال رسم الخطوط العريضة لاستراتيجية الهوية الرسمية للسياحة السعودية "روح السعودية"، وتحديد كيفية وآلية جذب الشرائح المستهدفة، وتقديم أفضل العروض والباقات للزوار في الوجهات السياحية داخل المملكة، مع تفعيل الشراكات التجارية لتوفير منتجات سياحية مميزة، وتحقيق الأثر الاقتصادي الذي يدفع بعجلة التنمية، إضافة لدورها المحوري كذراع ترويجي للسياحة السعودية، في سياق جهودها للتعريف بالوجهات السياحية الفريدة بالمملكة وتحسين الصورة النمطية وترسيخ ثقافة الزوارة، مع العمل على رفع مستوى الطلب على الوجهات عبر ترويج وتوزيع المنتجات السياحية من خلال الأسواق المحلية والدولية، وإبراز المعالم السياحية والثقافة الأصيلة.

”

بنت الهيئة استراتيجيتها
من خلال رسم الخطوط
العريضة لاستراتيجية
الهوية الرسمية للسياحة
السعودية "روح السعودية".

دور الهيئة السعودية للسياحة

تهدف الهيئة السعودية للسياحة بدورها إلى إبراز المملكة كوجهة سياحية عالمية ومحلياً وجذب السياح إليها وتشجيع السياحة فيها، وتحقيق التكامل والتعاون بين القطاعين العام والخاص لضمان الارتقاء بمستوى تجربة السائح، بما يعود بالنفع على الاقتصاد الوطني وذلك من خلال التالي:



وضع الخطط والسياسات اللازمة للتسويق السياحي في المملكة محلياً ودولياً.



القيام بحملات تسويقية داخل المملكة وخارجها للتعريف بالمواقع والمنتجات.



تسويق الوجهات السياحية في المملكة والأنشطة والفعاليات السياحية التي تقيمها الجهات الحكومية والقطاع الخاص.



قياس تجربة الزائر وإعداد الدراسات والأبحاث التسويقية عن فرص تطويرها.



الرؤية

أن تصبح السعودية مصدر إلهام للسياح لتأسر
بثرائها وتنوعها قلوبهم وعقولهم وخيالهم على
حد سواء.



الرسالة

جذب السياح للمملكة والاحتفاء بهم عبر خلق
تجربة فريدة لا تنسى، وقصص ملهمة تروى،
وتوحيد الجهود مع شركائنا لتسويق الوجهات
السياحية السعودية.



الأهداف الاستراتيجية

01

إبراز الإمكانيات السياحية في الوجهات ذات الأولوية
والمنتجات السياحية فيها.

02

بناء هوية "روح السعودية" لتكون مظلة الترويج
للوجهات والمنتجات السياحية.

03

الشراكات مع القطاع الخاص محلياً وعالمياً لترويج
الباقات السياحية.

04

تطوير حلول نوعية لإثراء تجربة الزائر.



03

أبرز الأعمال والإنجازات



بكل فخر

تستعرض الهيئة مسيرتها وإنجازاتها خلال عام 2023م

مسلطة الضوء على عام من الإنجازات البارزة والمبادرات التحولية،

وتمضي الهيئة قدماً في مسيرتها لقيادة التغيير الإيجابي وترسيخ نجاحاتها استناداً على ثلاث مجالات رئيسية:



التجربة



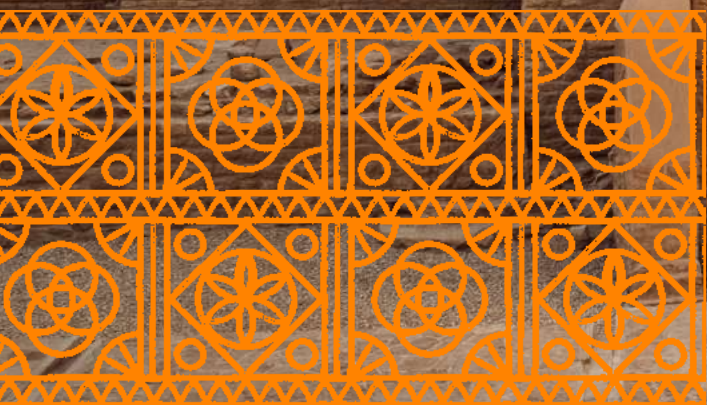
التوزيع



الطلب

يهدف هذا القسم إلى تقديم رؤى حول طرق عمل الهيئة، ونهجها، والنتائج التي حققتها. كما نهدف إلى عرض الجوانب المرئية وغير المرئية لعملنا، وعرض تأثير حملاتنا التسويقية والشراكات الاستراتيجية والتركيز على العملاء، وتتمحور مهمتنا حول مواصلة ترسيخ مكانة المملكة العربية السعودية كوجهة رائدة على مستوى المنطقة والعالم.

تحفيز الطلب



تحفيز الطلب

العلم وراء فن التواصل

في وقت حيث أصبح الإعلام الرقمي يفوق الإعلام التقليدي، يسهل الوصول إلى البيانات والتحليلات التي تمكن الهيئة من اعتماد نهج علمي في اتخاذ قراراتها، وهو الأمر الضروري لفرق عمل التسويق والتواصل والإعلامي في الهيئة لفهم الفئات المستهدفة بشكل أفضل ومعرفة موقعهم في مسار كامل التجربة السياحية، حيث تمكنت الهيئة من اتخاذ قرارات تسويقية بناءً على تقسيم الفئات المستهدفة حسب الديموغرافية والغرض من السفر، ثم رسمت الهيئة هذه البيانات مقابل فترات الحجز والعوائد، ووسائط الإعلام المستخدمة في كل دولة مستهدفة، وأدى ذلك إلى تمكين فرق التسويق ووحدات الأعمال في الهيئة من العثور على القواسم المشتركة والفروق الدقيقة بين دول المصدر، لتتمكن من فهم ما إذا كان ينبغي عليها رفع الوعي أو زيادة التفاعل الرقمي في الهند، أو معالجة العوائق في بكين، أو إحداث الزخم في أوروبا. تقوم الهيئة بجمع البيانات، وتحليلها، والعمل عليها، واختبر الفرضيات، وترجم الرؤى إلى حملات تسويقية متكاملة ليتفاعل معها الجمهور المستهدف. إنه العلم وراء الفن الذي يعد مصدراً دائماً للإلهام، والتعلم، ومفتاح نجاحنا.

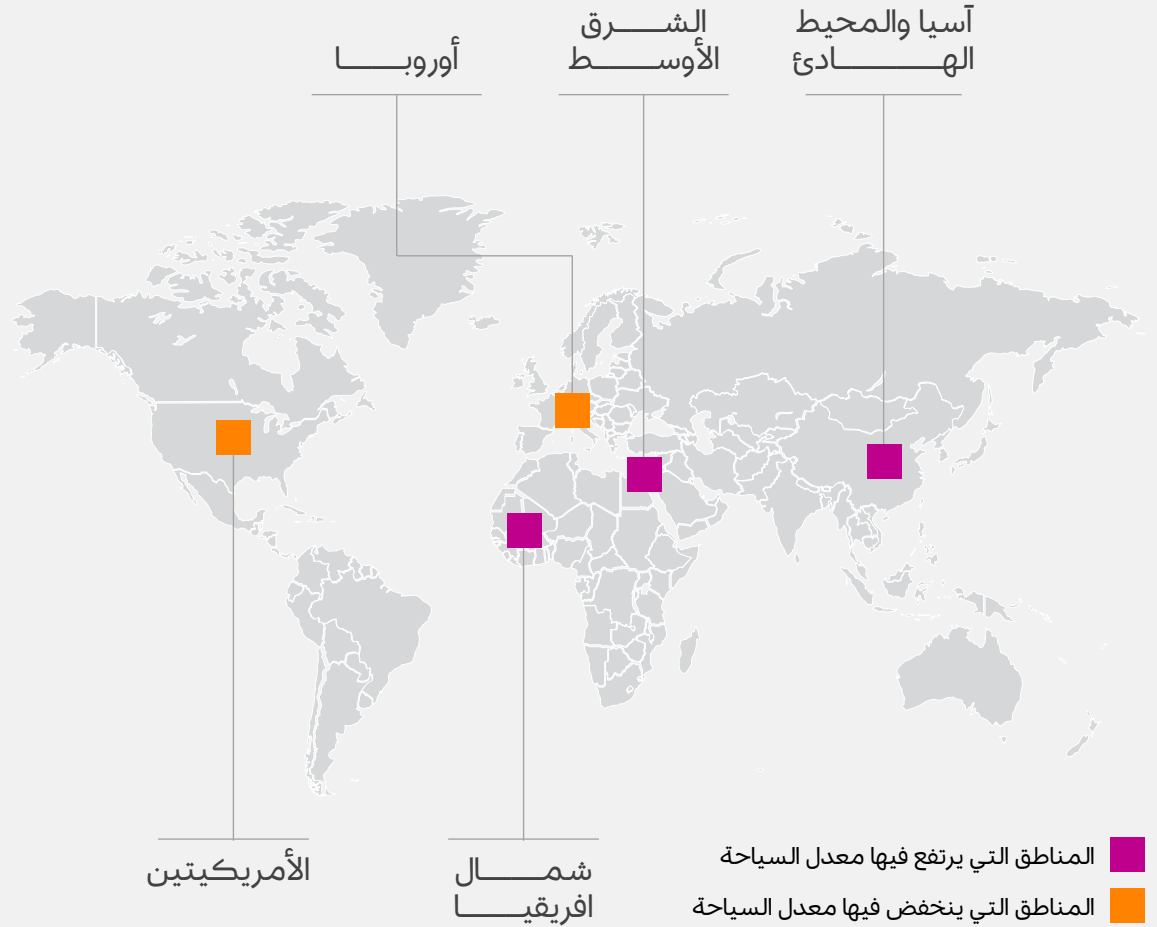


رفع مستوى الوعي

هوية روح السعودية

السياحة في آسيا والمحيط الهادئ والشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بينما ينخفض في أوروبا والأمريكيتين بسبب التوترات الجيوسياسية التي تؤثر على السفر والسياحة.

لا تزال علامة روح السعودية القوة الدافعة الرئيسية لزيادة الوعي بين الجماهير، حيث تحافظ على وعي متسق ومرتفع بالمملكة العربية السعودية كوجهة سياحية بين الوجهات الأخرى المستهدفة، إذ يرتفع معدل



16

لغة تم ترسيخ جاذبية وثراء
المملكة من خلالها

41



سوق

1.26



مليار

وصول

19.92



مليار

مرات الظهور

1.15



مليار

التفاعل على وسائل
التواصل الاجتماعي

1.83



مليار

مشاهدة

210



مليون

زيارة

في غضون أربع سنوات فقط، عززت السياحة السعودية مكانتها كقوة رائدة في صناعة السياحة العالمية، حيث رسخت جاذبية وثراء المملكة العربية السعودية عبر أكثر من 16 لغة وإلى أكثر من 41 سوق تحقق 19.92 مليار ظهور في وسائل الإعلام المدفوعة وحدها، كما تعد الحفاوة السعودية ركيزة أساسية في صميم مهمتنا وهو التزامنا الثابت بتقديم الترحيب الدافئ والشامل الذي يساهم في جذب المسافرين من جميع أنحاء العالم لاكتشاف التراث الثقافي المتنوع والقصص التي تركز على المستقبل المشرق في شبه الجزيرة العربية، وهو ما يرسخ معياراً جديداً للضيافة والتواصل، مما يجعل الهوية الرسمية للسياحة السعودية بمثابة الضوء الذي ينير طريق الباحثين عن تجارب أصيلة وثريّة.

الاستفادة من تحليل الهوية الرسمية للسياحة السعودية لتحقيق النمو المستدام

كجزء من التزام الهيئة بتعزيز اتساق وفعالية الهوية الرسمية وأصالتها في عام 2023م، أجرينا تحليلاً شاملاً ومكثفاً للهوية الرسمية عبر 16 قناة متنوعة داخل الأسواق المحلية والإقليمية والدولية، وأكدت النتائج التي توصلنا إليها، على أنها مرحبة ومميزة في سرد القصص متعددة الأوجه في الجزيرة العربية، ومن خلال شعارنا "أهلاً بالعالم"، نهدف إلى ترسيخ الترحاب والأصالة في مقدمة رسائلنا، والشروع في مبادرات رقمية مبتكرة تأسر الجماهير العالمية، وبعد التدقيق في الهوية الرسمية، اتضح أن برنامج "أهلاً بالعالم" قد تحول من مشارك متأخر في قطاع السياحة إلى منافس عالمي، وركزنا جهودنا حينها على دعم استراتيجيتنا بخصوص الهوية من خلال الحفاظ على سلامتها، وممارسة الإدارة السليمة، ورعاية الشراكات متعددة الأوجه التي تتراوح من الأحداث الدولية إلى الشبكات التجارية.

ومع ازدياد انتشار هويتنا الرسمية في المزيد من البلدان حول العالم، فإننا لا نتوسع فحسب؛ بل نعمل على الارتقاء بمفهوم "الترحاب" ودمجه مع مسيرة الابتكار والتقدم في المملكة.

ملاحظة: يتم حساب التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي إذا كان المنشور يحتوي على أي مشاركات، أو تفاعلات، أو عمليات حفظ، أو تعليقات، أو إعجابات، أو تفاعلات، أو تشغيل فيديو، أو مشاهدات صور، أو زيارة الرابط.

السُّعُودِيَّةُ

التقويم المستمر

ستستمر الهيئة في تنفيذ عمليات تدقيق الهوية الرسمية على مدى العام حتى نظل متوافقين مع أهدافنا الاستراتيجية، ونتكيف مع ديناميكيات السوق، ونحافظ على أعلى معايير الأداء.

ومن خلال إعطاء الأولوية للتميز المستدام والإدارة الاستراتيجية لهويتنا الرسمية، فإننا مستعدون للحفاظ على مسار إيجابي، عبر عدداً من الإيجابيات التالية:

03

التأثير الملموس
لمبادراتنا

02

اتساق العلامة
التجارية

01

الرسائل المرتبطة
وفي الوقت المناسب

04

جعل علامة "أهلاً بالعالم" تجربة مميزة تعكس دفء وطموح المملكة العربية السعودية أمام العالم.

رفع مستوى هويتنا الرسمية عبر لغتنا البصرية

وبالاستناد إلى الأنماط المعقدة التي تزين أنماطنا المعمارية التاريخية، فإن عناصر التصميم هذه هي شهادة على الطبيعة الديناميكية متعددة الأوجه للمملكة، وتعكس قصة متجذرة في التقاليد ولكنها تتطلع إلى المستقبل، وتجسد جوهر رحلة التحول في المملكة.

في تعزيز كبير للغة المرئية لهويتنا الرسمية، قمنا بإدخال عناصر تصميم مستوحاة من الخصائص المميزة والفريدة المتواجدة في جميع أنحاء المملكة، إذ يعتبر هذا التفسير الحديث للجماليات السعودية التقليدية ليس أصيلاً فحسب، بل تحية نابضة بالحياة لتراثنا، ويربط بين الماضي والمستقبل المشرق،





”

مستوحى خط هوية
"روح السعودية" من
خط الثلث العربي

خطوط الهوية

خط مخصص ومستوحى من الوجه المرحب للمملكة، ومستوحى من خط الثلث العربي، هذا الخط المعاصر والمناسب للعصر الرقمي، كما أنها مملوكة بالكامل لهويتنا الرسمية وتم تكييفها مع الأنظمة متعددة اللغات لهويتنا الرسمية العالمية.

رعاية العلامات التجارية



بالعلامة التجارية للمستهلكين في جميع أنحاء العالم بحيث تحدد مجال الشغف للجمهور العام لجعل المملكة العربية السعودية ذات صلة بهم عندما يكونون أكثر تفاعلاً مع ما يستهويهم. توفر هذه الرعاية وصولاً عالياً من خلال حقوق البث ورؤية الملاعب وقنوات التواصل الاجتماعي.

قامت الهيئة بتفعيل الفرص الرئيسية لعام 2023م بما في ذلك كأس العالم للأندية FIFA، وكأس الاتحاد الآسيوي في قطر، ودوري الكريكيت الهندي الممتاز، والدوري الإسباني، الذي يعد ثاني أكثر دوري كرة قدم محلي مشاهدة في العالم، وموسم الرياض، إذ تهدف هذه الرعاية في المقام الأول إلى زيادة الوعي

تأثير حملة ميسي في السعودية

في عام 2023م عظمى الهيئة استفادتها من سفير علامتها التجارية، وأيقونة كرة القدم ليونيل ميسي، من خلال الحملة الترويجية المستمرة دولياً "اكتشف جانباً آخر من نفسك في السعودية" لزيادة الوعي وتحفيز الاهتمام واستيعاب الطلب على السفر في السوق عبر ثمانية عشر سوقاً ذات أولوية. ركزت الحملة على مرحلة الخطّة والحجز وتم الإعلان عنها عبر الشركاء في التلفاز والخارج والشركاء الرقميين والتجاربيين لتحقيق 6 مليارات ظهور و 1.5 مليار مشاهدة رقمية. تجاوزت الحملة معايير الصناعة مما أدى إلى زيادة عدد عملاء التأشيرة الإلكترونية بمقدار أربعة أضعاف عن الهدف في المعرفة والتفكير في أسواق آسيا والمحيط الهادئ في أداة تتبع صحة العلامة التجارية.



حملة ميسي:

حققت إجمال وصول يقدر بـ

6 
مليارات ظهور.1.5 
مليار مشاهدة رقمية.زيادة عدد عملاء التأشيرة
الإلكترونية بمقدارx4 
عن الهدف.

زيادة بمعدل

5 المعرفة والتفكير في أسواق آسيا
والمحيط الهادئ في أداة تتبع صحة
العلامة التجارية.18 
أسواق مصدر رئيسية.

”

اكتشف جانباً آخر من
نفسك في السعودية.

تصدر العناوين

وقد تم دعم الحملة من خلال زيارة ميسي "بدون إذن رسمي" في الرياض في مارس 2023م والتي تصدرت عناوين الأخبار العالمية في جميع أنحاء العالم. كما أثارت قصة وصور عائلة ميسي في الرياض اهتماماً حقيقياً، وحظيت بتغطية قوية داخلياً وفي دول المصدر الرئيسية بما في ذلك الهند، وألمانيا، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة، وفي أبرز وسائل الإعلام مثل CNN، وجريدة ذا غارديان، وسكاى نيوز، وفوربس، وذا إندبندنت، وأسوشيتد بريس، عبر أكثر من 2200 مقال في أكثر من 75 دولة تناولت الزيارة بمفردها، وزادت هذه الأرقام بأكثر من مرتين عندما ارتبطت الأخبار بمغادرة ميسي لناديه الفرنسي، والتي انتشرت بشكل واسع وباستخدام الصور ومقاطع الفيديو التي أصدرتها الهيئة، مما حقق إجمالي ظهور محتمل يقدر بـ 8.3 مليار مشاهدة، لتكون هذه واحدة من أكبر القصص الترويجية في عام 2023م.



2200+

مقال عن قصة و صور عائلة ميسي



75+

دولة تناولت الزيارة بمفردها



كما عملت الهيئة على الحملة الثانية التي تم تصويرها وإنتاجها في عام 2023م ليتم إطلاقها في عام 2024م وتستهدف الحملة أوروبا والأمريكتين لتعالج الصورة النمطية السلبية حول الثقافة، والترفيه، ودور المرأة. تحت عنوان "السعودية أكثر ما تتخيل" وتستفيد هذه الحملة من مهارة ميسي في كرة القدم لتحطيم الحوائط المادية للتصورات الخاطئة، وتظهر فيها فتاة سعودية طموحة تركل كرة القدم لتحطم إحدى تلك الحوائط.

ويهدف هذا التعاون إلى إنشاء محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يستهدف تغيير الصورة النمطية عن السعودية كوجهة سياحية، وتوليد الوعي والحماس الواسع لعروض المملكة، مستهدفاً أكثر من 475 مليون متابع لميسي على إنستغرام، ليحقق معدل تفاعل جديد بنسبة 3.9%، (وهو حوالي 6 أضعاف متوسط معدل تفاعله المعتاد) مع ظهور بلغ 25 مليون، ومن خلال استهداف الجمهور الذي سحرته مغامرة ميسي بشكل فعال، قامت الهيئة بتعزيز تأثير الحملة، مؤكدةً مكانتها كرائدٍ إبداعي في التسويق السياحي، لم تقم المبادرة فقط بتغيير تصورات المستهلكين عن السعودية، ولكن أثارت الفضول والحماس الواسع أيضاً، مما يشكل إنجازاً هاماً للهيئة.



x6

الزيادة لتفاعل
متابعين ميسي



%3.9

معدل تفاعل الجديد
لمتابعين ميسي



475 مليون

متابع لميسي
على إنستغرام



25 مليون

ظهور

صيف السعودية

وفي سابقة للهيئة، عمل فريق الشرق الأوسط وأفريقيا على دمج وكلاء السفر على الإنترنت (OTAs) بالكامل مثل: ويكو، ورحلات، وكليتر تريپ، وإكسبيديا، مع حملة الصيف لتمكين قياس التحويلات، مما حقق 760 مليون ظهور، و12 مليون تفاعل، مما أدى إلى سائح تصاعدي تقدر بـ 150 ألف زيارة، وشملت على 1.4 مليون سائح من البحرين، ومصر، والكويت، وعمان، وقطر، والإمارات حيث كانت الحملة مروجة في الفترة من شهر مايو إلى سبتمبر، كما عمل الفريق مع الشركاء مثل: التأشيرة، وكريم، وبودل، وقاذر إن، وأكور، وهيلتون، لتوسيع نطاق الحملة وتخصيص الرسائل للجمهور المستهدف، وبذلك حققت الحملة الرقمية مجموع أكثر من 1.3 مليار.

تم ترسيخ مصداقية صيف السعودية الآن، كما تم تعزيز نجاح الحملة من خلال زيارات الشخصيات البارزة، والمؤثرين، والزخم التي أثير على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تم عرض مجموعة متنوعة من الأشياء التي يمكن رؤيتها وفعلها في عدة وجهات تستهوي المجموعات من الأصدقاء والعائلات.

كان الصيف في السعودية مليء بالإنجازات مع حملتنا الموسمية "لا تروح بعيد ... روح السعودية" التي ساهمت في جذب أكثر من 30 مليون سائح وأكثر من 42.6 مليار ريال سعودي محلياً فقط، كما شهدت أعداد السياح المحليين زيادة ملحوظة بنسبة 12%، في حين كان الإنفاق الإجمالي أعلى من المستهدف بمقدار 35%.

انطلقت الحملة بحدث رئيسي في الرياض، حيث اجتمع أكثر من 370 شريكاً رئيسياً من القطاعين الحكومي والخاص ومنظومة السياحة، بما في ذلك شركات الطيران، والهيئات التسويقية للوجهات، والشركات السياحية المنظمة، استخدمت الهيئة هذه المنصة للإعلان عن 1.8 مليون مقعد للرحلات الوافدة، وأكثر من 15 ألف غرفة فندقية جديدة، وأكثر من 100 منتج مصمم خصيصاً لاستقبال السياح في فصل الصيف، ويؤكد هذا النهج التعاوني التزام الهيئة بدعم الصناعة وتمكينها لتحقيق النجاح.

روجت حملة "الصيف في السعودية" منطقة عسير للصيف من خلال صور رائعة تم نشرها إقليمياً في مواقع إعلانية استراتيجية خارج المملكة عبر دول مجلس التعاون الخليجي. أما داخل المملكة، فتم توجيه الحملة إلى مواقع بارزة في المدن السعودية الرئيسية، مثل جدة، وأبها، والباحة. وحقق الحملة الإعلانية الخارجية وصولاً تراكمياً مذهلاً يزيد عن 88.2 مليون شخص.



12% ↑
نسبة زيادة
إجمالي الإنفاق

42.6+ \$
قيمة الإنفاق محلياً فقط
مليار

30 مليون سائح

100 ألف
منتج مصمم خصيصاً
لاستقبال السياح

1.8 مليون
مقعد للرحلات الواحدة
مليون

370
شريكاً بالحملة

88.2 مليون
أعداد السياح المحليين

15 ألف
غرفة فندقية جديدة



صناعة الزخم مع أثر طيران ويز

نتائج مبادرة طيران ويز:

3000

مادة من المحتوى الذي أنشأه
المستخدمون خلقتها المبادرة.

30

مقال إعلامي إيجابي بشكل كبير.

31

مليون
ووصولاً، وظهرت 89 مليون، وتفاعلات
بلغت 2 مليون عبر كافة وسائل
الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي.

124%

زيادة بنسبة الحجوزات خلال
الأسبوع التالي للمبادرة.

160%

زيادة في حركة المرور عبر الويب
والتطبيقات بحثاً عن السعودية.

صممت العديد من المبادرات التي تم اتخاذها طوال
العام عبر جميع القنوات لخلق الحماس حول الوجهات
في أسواق المصدر والوصول إلى أسواق جديدة.

إحدى هذه المبادرات كانت مبادرتنا التسويقية المشتركة
مع شركة طيران ويز في إيطاليا، التي أقيم فيها
مسابقة للفوز برحلة إلى وجهة غير معروفة، وقد قام
100 سائح (فائزون في المسابقة)، و30 مؤثر، و10 صحفيين
بالانطلاق من البندقية دون معرفة الوجهة التي سيهبطون
فيها، وتمتعوا بضيافة مجانية لأربعة أيام في الرياض،
والأحساء، والدمام.

خلقت المبادرة 3000 مادة من المحتوى الذي أنشأه
المستخدمون، و30 مقالاً إعلامياً إيجابياً بشكل كبير،
ووصولاً بلغ 31 مليون، وظهرت 89 مليون، وتفاعلات
بلغت 2 مليون عبر كافة وسائل الإعلام ووسائل التواصل
الاجتماعي، وكان الارتفاع الناتج عن هذه الحملة فوراً مع
زيادة بنسبة 124% في الحجوزات بالأسبوع التالي، وزيادة
بنسبة 160% في حركة المرور عبر الويب والتطبيقات
بحثاً عن السعودية. كما بلغ عدد السياح أكثر من
170 ألف سائح من إيطاليا على طيران ويز.

قامت وحدات الأعمال بأكثر من 50 رحلة استكشاف
خلال العام، لتقديم المملكة كوجهة سياحية والسماح
للآخرين بصناعة الزخم حولها من خلال وجهة نظرهم.



الترويج في الهند

بينما تواصل المملكة توسيع مشاركتها في مجال الرياضة، حددت الهيئة السعودية للسياحة فرصة استراتيجية للتأثير بشكل فوري في الهند - والتي من المتوقع أن تصبح واحدة من أكبر دول المصدر لنا بحلول عام 2030م - من خلال شراكتها مع دوري الكريكت الشهير، الدوري الهندي الممتاز، وهو واحد من أكبر الأحداث على الساحة الرياضية الدولية، وفي عام 2023م حقق رقماً قياسياً بـ 449 مليون مشاهدة.

تم تحقيق الطموح في إثارة الفضول للوجهة بين عشاق الكريكت في جميع أنحاء العالم مع التركيز على الهند من خلال حملة تسويق متعددة الجوانب تتألف من إعلانات الملاعب، والفعاليات على أرض الواقع في 10 مراكز تجارية، والإعلان الرقمي متناسب مع السياق، والتي حققت مئلاً 310 مليون ريال سعودي مردوداً مباشراً، وهو ما يعادل 5 أضعاف الاستثمار المبذول.



حققت
الحملة مئلاً

310 \$ مليون
ريال سعودي مردوداً مباشراً،
وهو ما يعادل 5 أضعاف
الاستثمار المبذول.

حملة تسويق متعددة الجوانب
على أرض الواقع في

10 مراكز تجارية

الشراكة مع دوري الكريكت
الشهير حقق رقماً قياسياً بـ

449 مليون مشاهدة



من المتوقع أن تصبح الهند واحدة من أكبر دول المصدر لنا بحلول عام 2030م

وتم تحقيق نمو مباشر يعادل 2.5 ضعفاً في زيارة الموقع مقارنةً بالعام الأسبق، كما اعتمد فريق منطقة آسيا والمحيط الهادئ نهجاً شاملاً، حيث طور منتجات قابلة للحجز متعلقة بالدوري الهندي الممتاز، تم ترويجها لرفع الوعي وزيادة التحويلات من خلال حملة نتج عنها عدد تراكمي يقدر بأكثر من 750 ألف زيارة لموقع روح السعودية من الهند، مع وصول تراكمي عبر التلفاز وOTT يبلغ 702 مليون، وأكثر من مليار مشاهدة لمقطع الفيديو.

نتائج الحملة التسويقية

X2.5 ↑

معدل النمو في زيارة موقع روح السعودية

750 ألف ↑

زيارة لموقع روح السعودية من الهند

أكثر من

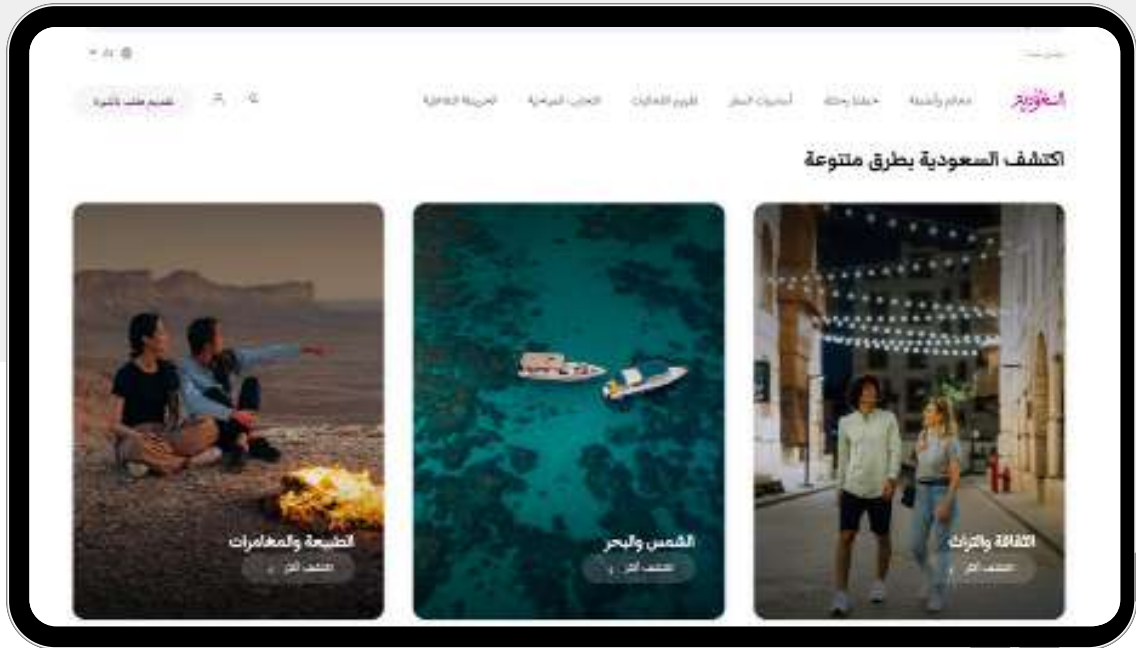
1 مليار 👁

مشاهدة لمقطع الفيديو على الموقع

قوة المحتوى الرقمي

المملكة وجهة المستقبل

لطالما أدركت الهيئة أهمية الترويج للمملكة من خلال المحتوى الجذاب سواءً كان يتعلق بعرض الوجهات السياحية، أو سرد القصص، أو تقديم معلومات مفيدة، ويمكن رؤية هذه الجهود من خلال ثراء وتنوع المحتوى على قنواتنا الاجتماعية بالإضافة إلى المحتوى الأكثر حداثة على موقعنا الإلكتروني المتاح الآن بـ 8 لغات بما في ذلك الماندرين الصينية والروسية.



عمق واتساق المحتوى



منحت الهيئة
الأولوية لتعزيز
تجربة المستخدم
في موقع روح
السعودية من خلال
توفير أصول رقمية
جذابة

في العصر الرقمي الذي يسود فيه المحتوى الآسر، منحت الهيئة الأولوية لتعزيز تجربة المستخدم في موقع روح السعودية من خلال توفير أصول رقمية جذابة، وقد أسفر هذا النهج الاستراتيجي عن جذب مستخدمين جدد، وارتفاع في تفاعل المستخدمين، وزيادة كبيرة في إجمالي عدد السياح مما يعزز التزام الهيئة بالابتكار الرقمي في قطاع السياحة.

تضمنت إحدى الجوانب الرئيسية للاستراتيجية إثراء منصة روح السعودية بمحتوى أعمق، ومن خلال التعمق في الأوصاف التفصيلية، والمقالات المميزة، والسرديات الجذابة، نجحت الهيئة في تعزيز تفاعل المستخدمين بنسبة 35%، وقد أتاح هذا النهج فهماً أعمق للعروض المتنوعة في المملكة، مما يغذي حماسهم ورغبتهم في استكشافها.

كما أدركت الهيئة أهمية إبقاء الزوار والسياح على اطلاع بالفعاليات والأنشطة القادمة، حيث قامت بتنفيذ أجندة فعاليات شاملة، وسهلة الاستخدام، ومكتملة بالتفاصيل الثاقبة والمرئيات الآسرة، بالإضافة إلى تحسين التقويم نفسه، مما يسهل على الزوار والسياح التنقل واكتشاف الفعاليات التي تثير اهتمامهم، كما ساهم هذا الالتزام بالمعلومات الفورية والمتاحة بشكل كبير في جذب الزوار المحليين والسياح الدوليين على حد سواء.

122%

نسبة زيادة في
مشاهدة الصفحات

4.6 مليون
مستخدم جديد

73%

زيادة في عدد
المستخدمين

89%

درجة رضا العملاء

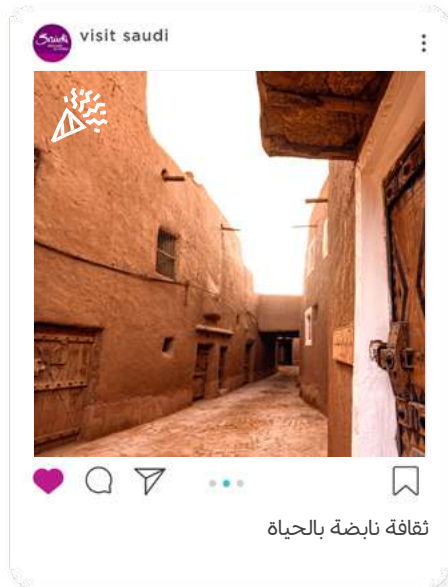
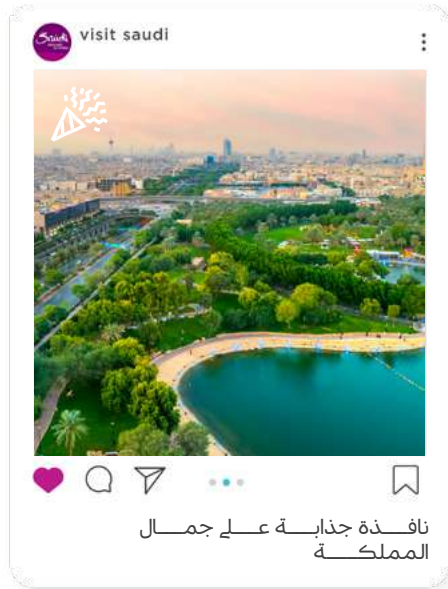
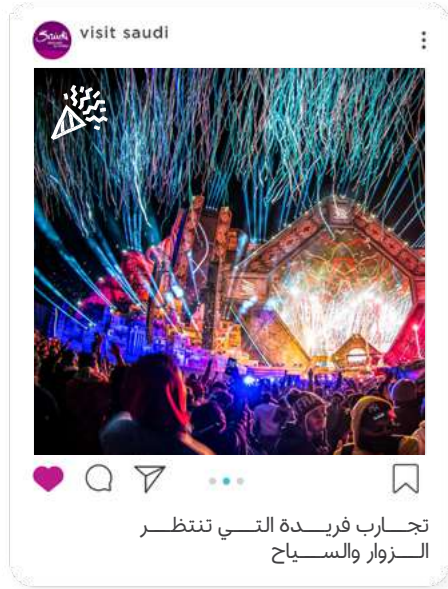
14.7 مليون
مشاهدة

خريطة السعودية – تعرف، واحجز، واكتشف

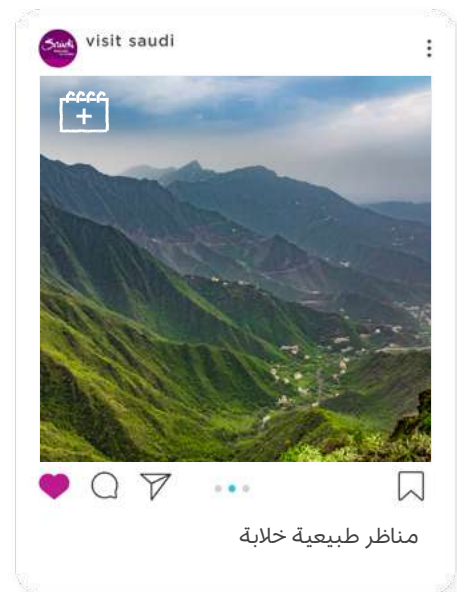
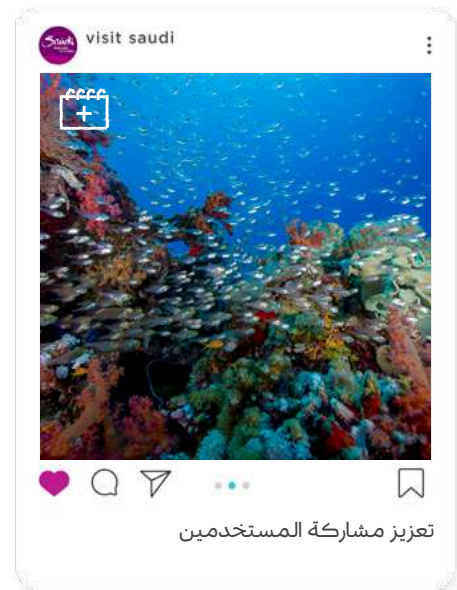
وبعيداً عن المحتوى النصي، أدركت الهيئة قوة السرد القصصي البصري، حيث أضافت بشكل استراتيجي أكثر من **5,500** صورة جذابة لروح السعودية، تعرض فيها المناظر الطبيعية الخلابة، والثقافة النابضة بالحياة، والتجارب الفريدة التي تنتظر السياح، وقد وفرت هذه المأدبة البصرية نافذة جذابة على جمال المملكة وتنوعها، مما زاد من تحفيز المسافرين.

ومن خلال هذه المبادرات الرقمية الشاملة والمبتكرة، جذبت الهيئة مستخدمين جدد بشكل فعال، وعززت مشاركة المستخدمين، وساهمت بشكل واضح في نمو قطاع السياحة في المملكة، كما أن التزامها بالمحتوى الجذاب، والتصميم الذي يركز على المستخدم، والشمولية، يضع معياراً جديداً لتجارب السياحة عبر الإنترنت، مما يترك انطباعاً دائماً لدى السياح المحتملين والعائدين على حد سواء.





”
أضافت الهيئة بشكل
استراتيجي أكثر من 5,500
صورة جذابة لروح السعودية



المحتوى الأصلي

41 مليون

شخص وصلته الحملة الجارية حتى الآن.

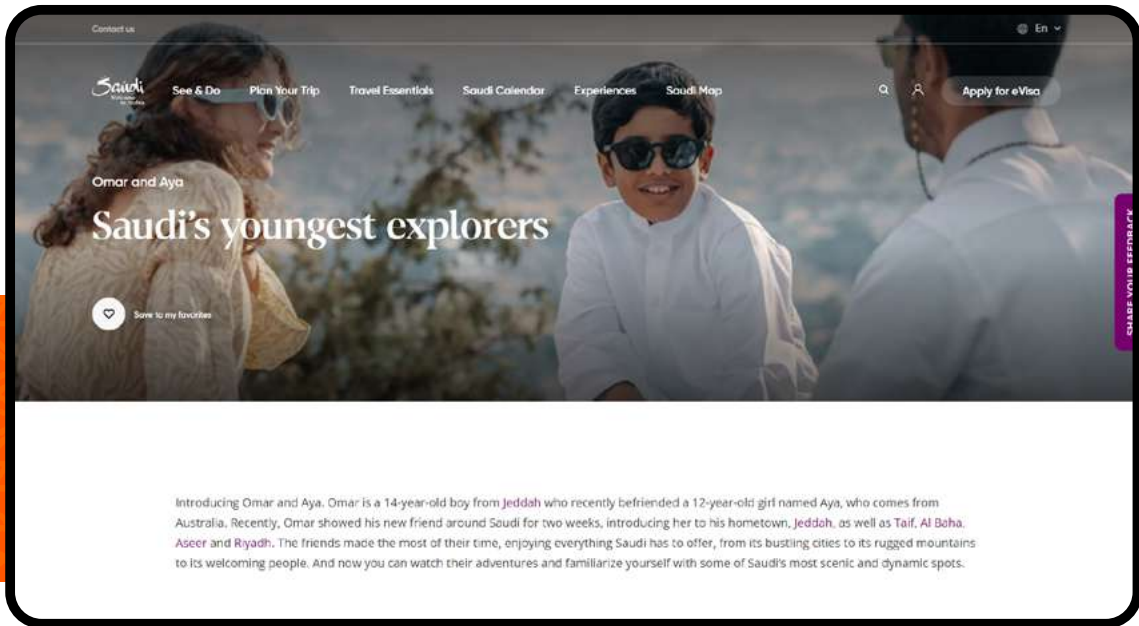
2+ مليون

نقرة حققتها الحملة بمعدل نقرة (CTR) وهو أعلى بـ 2.2 مرة من المتوسط المخطط له.

83+ مليون

مشاهدة فيديو للمقاطع الدعائية لكل حلقة من حلقات السلسلة بمعدل مشاهدة فيديو (VTR) أعلى بـ 1.2 مرة من متوسط المعيار المرجعي.

كما ساهم إنشاء المحتوى في إنتاج سلسلة عن السعودية من منظور الأطفال - آية وعمر - وزيادة نسبة المشاهدة عبر قنواتنا على يوتيوب، وقد تم الترويج لهذه السلسلة في أكبر عشر أسواق رئيسية خلال عطلة شهر ديسمبر المدرسية التي تستهدف الأمهات والأطفال لإلهامهم لمعرفة المزيد عن السعودية خلال عطلتهم القادمة، وقد وصلت الحملة الجارية إلى أكثر من 41 مليون شخص حتى الآن، وحققت أكثر من 2 مليون نقرة بمعدل نقرة (CTR) وهو أعلى بـ 2.2 مرة من المتوسط المخطط له، بالإضافة إلى أكثر من 83 مليون مشاهدة فيديو للمقاطع الدعائية لكل حلقة من حلقات السلسلة بمعدل مشاهدة فيديو (VTR) أعلى بمعدل 1.2 مرة من متوسط المعيار المرجعي.



إلهام العالم

استمر العمل مع وسائل الإعلام وتم نشر أكثر من 40 خبراً صحفياً حول عناوين الأخبار الرئيسية، والتي تهم وسائل الإعلام العامة والتجارية. كما تم إنجاز كتابة حوالي 20000 مقالة في 138 دولة بـ 64 لغة مع تغطية 65% من وسائل الإعلام المرموقة في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة، ووصلت الأخبار الصحفية إلى 38.5 مليار فرد.

بدأت جهودنا على مدى السنوات القليلة الماضية تؤتي ثمارها، وقد اكتسبنا مكانتنا في بعض قوائم الوجهات الأكثر تأثيراً التي تلعب دوراً مهماً في عملية صنع القرار للسياح الباحثين عن وجهات سياحية جديدة. في عام 2023م، أدرجت المملكة في بعض قوائم السفر الأكثر أهمية بما في ذلك كوندي ناست ترافلر، وفوربس، وآفار، وذا إندبندنت.

أفضل وجهات سياحية
للسفر في عام 2023م



أفضل وجهات السفر
الناشئة في عام 2023م



Forbes Advisor
أفضل وجهات سياحية
للسفر في عام 2023م



Conde Nast Traveler
أفضل 24 مكاناً للسفر
في عام 2024م



Travel & Leisure Asia
ابداً في التخطيط لجولات سفرك لعام 2023م
باستخدام دليل أفضل الوجهات السياحية في العالم



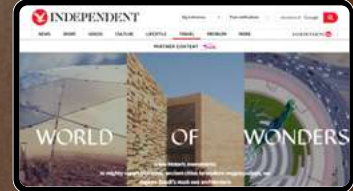
Business Insider
أفضل 23 وجهة سياحية للسفر
حول العالم في عام 2023م



Travel Pulse
أهم المعالم الثقافية في
المملكة العربية السعودية



Independent
عالم العجائب



Travel Pulse
المملكة العربية السعودية:
الوجهات السياحية التي يجب زيارتها



Travel Pulse
أهم الأشياء التي يجب فعلها في
المملكة العربية السعودية



The Travel:
Bang For Your Buck
احجز هذه الفنادق العشرة
المناسبة للميزانية والفريدة
من نوعها في المملكة العربية
السعودية خلال زيارتك القادمة



Travel Pulse
أفضل الفنادق الفاخرة في
المملكة العربية السعودية



Head Topics
أفضل 5 مسارات لجولات المشي
حول المملكة العربية السعودية



Condé Nast
Traveler

Forbes

THE
INDEPENDENT

AFAR



نُسُكْ

في سبتمبر 2022م، أطلقنا العلامة التجارية ومنصة نُسُكْ لتسهيل تجربة العمرة، وتوحيد تجربة الحجز والعمل مع الشركاء التجاريين لتحفيز مجموعة أوسع من المنتجات، ومنذ ذلك الحين، اكتسبت منصة نُسُكْ قاعدة مستخدمين مذهلة تضم أكثر من 5.5 مليون مستخدم، كما حققت المنصة إنجازاً كبيراً في تقديم 14 مليون مشاهدة للصفحات لمحتواها الذي يضم أكثر من 75 حزمة متاحة ومنشورة، وأكثر من 55 مقالة،

إنجازات منصة نُسُكْ

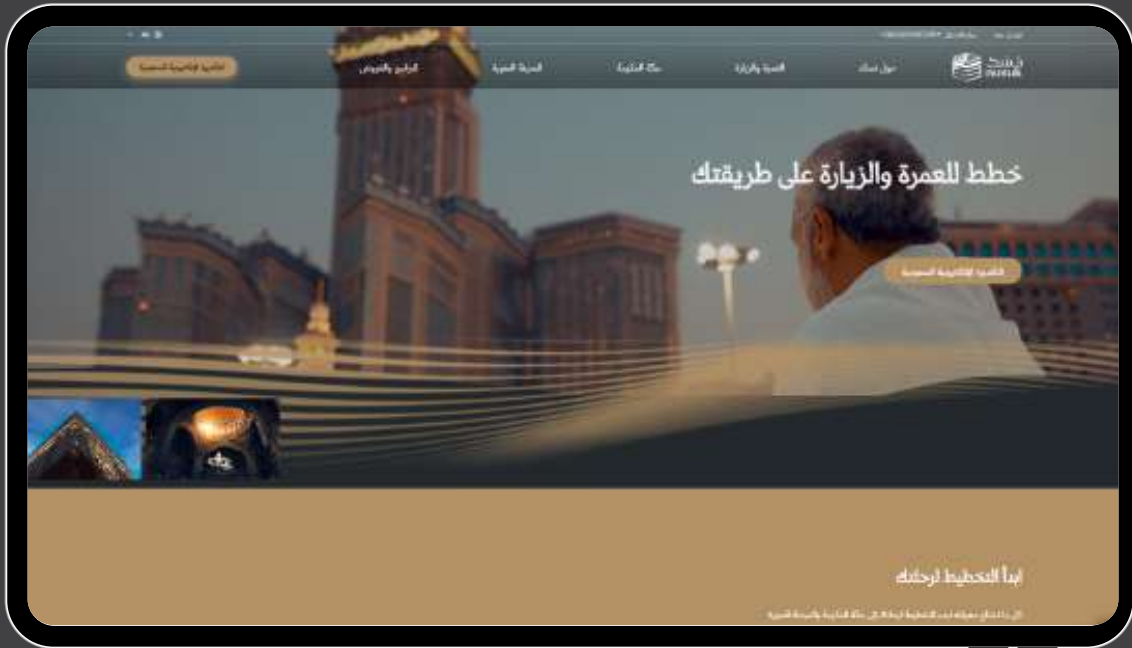
5.5+ مليون مستخدم في منصة نُسُكْ

14 مليون مشاهدة لصفحات محتواها الذي يضم أكثر من 75 باقة منشورة، وأكثر من 55 مقالة

10 لغات يحتوي عليها برنامج

والتي يمكن الوصول إليها بـ 10 لغات للسماح للسياح باكتشاف مكة المكرمة والمدينة المنورة جنباً إلى جنب، مع محتوى حول كيفية أداء العمرة. كما تعرض منصة نُسُكْ الأنشطة الترفيهية المتاحة لتشجيع السياح على تمديد إقامتهم.

لزيارة موقع نُسُكْ <





نُسُك

شاركت فرق الهيئة بفاعلية في 9 حملات ترويجية و4 معارض تجارية على مدار العام، مما أدى إلى إقامة علاقات وثيقة بين مقدمي خدمات الحج والعمرة والشركاء التجاريين الرئيسة، وقد جمع معرض نُسُك مقدمي الخدمات والعملاء في عدد من المناسبات الرئيسة بما في ذلك: معرض السياحة العالمية ITB في برلين، وسوق السفر العربي ATM في دبي، وسوق السفر العالمي WTC في لندن، وذلك بهدف توسيع نطاق توزيع منتجات العمرة.





نُسُك

كما دعمت الهيئة حملة زيادة عدد السياح من خلال العمل مع الجهات المعنية لفتح مسارات جديدة للطيران والترويج لها، وتسهيل التأشيرة الإلكترونية لـ 14 سوقاً إضافية، كما دعمت الهيئة وزارة الخارجية في توحيد متطلبات التأشيرات لدول المجموعة ب في دول المصدر، بما في ذلك الهند، والأردن، والمغرب، وباكستان.

تجاوز عدد زيارات العمرة المستهدف لعام 2023م إلى 10 مليون زيارة، حيث بلغ عدد الزيارات أكثر من 13.56 مليون زيارة.

أقيمت أكبر الحملات الترويجية التسعة في مومباي بالهند بحضور وزير الحج والعمرة معالي الدكتور توفيق بن فوزان الربيعة، حيث شهدت الفعالية إطلاق نُشْك في الهند بهدف تحفيز الطلب. استقطبت فعالية مومباي 1028 وكيل سفر، و47 جهة معنية، و35 عضواً من وسائل الإعلام، وقد سهلت هذه الفعالية وغيرها من الفعاليات التعاون، ورفع مستوى الوعي، وحققت اهتماماً كبيراً في الترويج للوجهات السعودية ضمن قسم نُشْك المتنامي، حيث استقبلت 200 شريك تجاري جديد على مدار العام، 45 منهم ممثلون على منصة نُشْك، إلى جانب 10 حزم تسويقية مختلفة تم إنشاؤها لتلبية أكثر المسارات رواجاً.



فعالية مومباي - الهند

1028

وكيل سفر

47

جهة معنية

35

عضو من وسائل الإعلام

200 

شريك تجاري استقبلتهم المنصة على مدار العام 45 منهم ممثلون على منصة تشك.

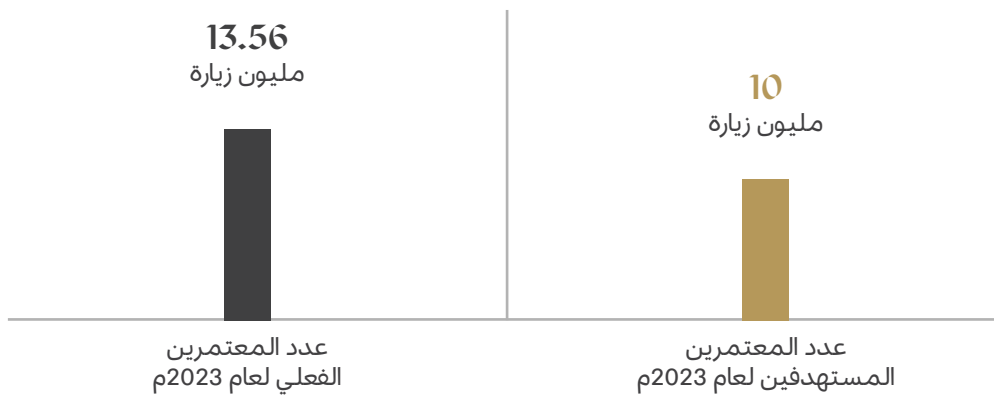
10 

حزم تسويقية مختلفة تم إنشاؤها لتلبية أكثر المسارات رواجاً.

14 

سوق إضافي تم تسهيل التأشيرة الإلكترونية إليهم

إحصائيات المعتمرين الوافدين خلال عام 2023م



مكافآت السعودية

10 آلاف

عضو تم تسجيلهم في
الربع الرابع من عام 2023م

6 آلاف

متابع على وسائل
التواصل الاجتماعي

2

شركاء الفعاليات

6

شركاء سفر

2

شركاء جودة الحياة

68

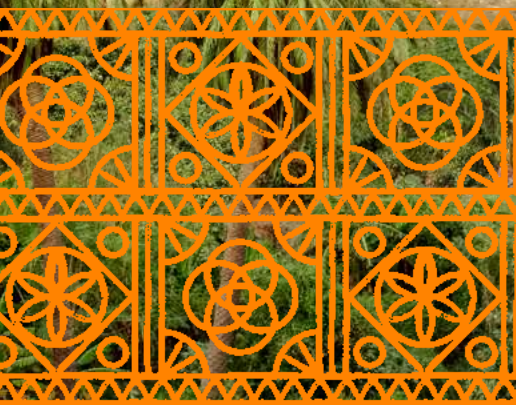
علامة تجارية

واصلت الهيئة جهودها الحثيثة لبناء برنامج المكافآت الرائد الذي سيصبح ميزة تنافسية حاسمة للمملكة. حيث تم نقل العلامة التجارية من برنامج Go Loyalty إلى برنامج المكافآت السعودية لدمجها تحت العلامة التجارية السياحية السعودية وزيادة العائد على الاستثمار والاستفادة من الرعاية. كما ساهمت في تعزيز العلامة التجارية السعودية "أهلاً بالعالم"، مما أدى إلى زيادة الزيارات والتنزيلات إلى المنصات الرقمية.

شهدت المكافآت السعودية إطلاقاً محلياً وحملة على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج لبرنامج المكافآت المكون من أربعة مستويات. يعتمد البرنامج على إنفاق الأعضاء للفعاليات المحلية والتجارب. كما تم عرض مكافآت للأعضاء بالتعاون مع ميدل بيست وكأس العالم للأندية FIFA، وتم تحديث النظام الأساسي التقني لتمكين المزايا الحصرية.

وأنشأت الهيئة منتجات أساسية حيث تملك عشرة آلاف عضو مسجل، وستة آلاف متابع على وسائل التواصل الاجتماعي، وعشرة شركاء يمثلون ثمانية وستين علامة تجارية.

زيادة التوزيع والترويج



أحد عوامل التمكين الرئيسية للوجهات هو توزيع المنتجات القابلة للحجز المتوافقة مع اهتمامات المسافرين، وتوقيتهم، وميزانيتهم، حيث عملت الهيئة بجد لرفع مستوى الوعي بهذه الفرص النوعية التي تمكّن المملكة من تقديمها لجميع الشركات سواء كانت منظمات إدارة الوجهات السياحية، أو منظمي الرحلات السياحية، أو شركات الطيران، أو الفنادق، أو شركات التقنية، أو المنظمات الحكومية.

نمتلك نهج متعدد الجوانب لتطوير العلاقات العالمية والمحلية المناسبة، سواء للمعتمدين أو للمسافرين بغرض الترفيه.

زيادة التوزيع والترويج

المشاركة التجارية





المنتجات

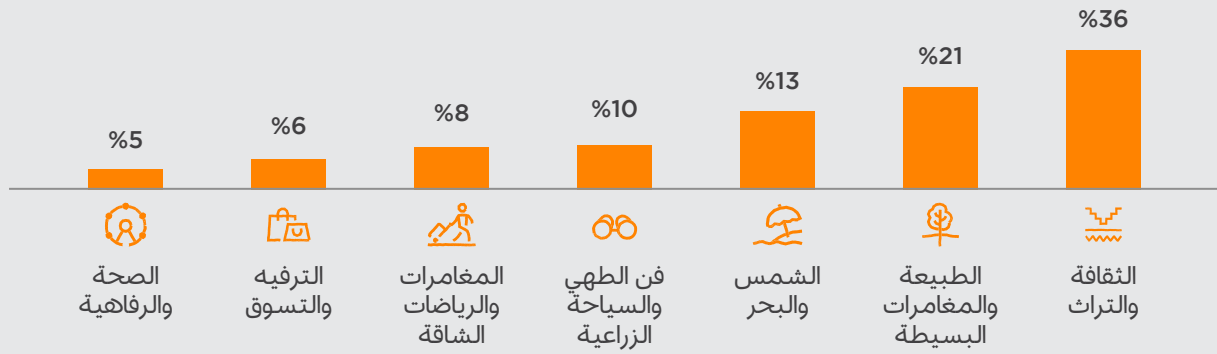
يعمل الفريق المتخصص في القطاع لتفريغ البيانات والأبحاث التي بين أيدينا وتحويلها إلى تجارب تماشى مع ما يتطلع إليه السياح، وما يهتم الشركاء التجاريون ببيعها، إذ يتطلب ذلك ترسانة متطورة من الخبراء والقدرة على تعديل مسارات الرحلات لأسواق معينة تلبي احتياجاتهم، كما حدد الفريق وجهتنا الرئيسية التي نهم الغالبية العظمى من المسافرين، وطور **1500** منتج إضافي حول نقاط الاهتمام المشتركة تلك.

بالإضافة إلى وجود اعتراف وضرورة استراتيجية لتنويع المنتجات السياحية عبر وجهات متعددة، وعملت الهيئة بشكل وثيق مع منظمات إدارة الوجهات السياحية وهيئات التنمية الإقليمية مع القطاع الخاص، بما في ذلك شركات إدارة الوجهات السياحية المحلية لتطوير وتفعيل تجارب ترفيهية جديدة لخدمة المعتمدين والمسافرين لغرض الترفيه، كما حددت الهيئة وفعلت منتجات جديدة في المحميات الملكية، وتعزيز مبادرات صحراوية، وتطوير منتجات جديدة لتحفيز الحجاج على الاستمتاع بالأنشطة الترفيهية، نتج عن ذلك زيادة إنفاقهم، وتنويع العروض بمنتجات غنية ثقافياً ومليئة بالمغامرات والاكتشافات، بالإضافة إلى تلك التي قد تجذب جماهير محدده كما في جدة مثل المنتجات التي تتماشى بسلاسة مع بطولة كأس العالم للأندية في نهاية العام.





إحصائيات أساسية



المناطق التي تم تطوير الرحلات الرئيسية فيها



الشراكات الاستراتيجية

بتطوير اتفاقيات مع شركات الطيران الوطنية السعودية، وطيران ناس، والمسافر، و **Flyadeal** و **Gathern** وغيرها.

تعتمد الشراكات على منح برنامج روح السعودية رؤية عبر الشبكات المتخصصة وإيجاد طرق عمل مفيدة للطرفين والتي تضمن أيضاً زيارات إضافية من أسواق المصدر.

تعاملت الهيئة مع الشراكات التجارية الاستراتيجية على مستويين - تم التفاوض على شراكات عالمية متعددة الأسواق، بينما تم بناء العلاقات مع الشركاء الإقليميين، بالإضافة إلى مواصلة تعزيز العلاقات مع شركات مثل **Expedia** و **Hotelbeds** و **Skyscanner** و **TripAdvisor** و **Wego**

بينما حصلت وحدات الأعمال على بعض الشراكات الأكثر أهمية لأعمالنا في الصين والهند بما في ذلك **Ctrip** و **Jinjang** و **MakeMyTrip** و **TBO** و **Cleartrip**.

وفي أوروبا، وقعت الهيئة اتفاقيات مع **Kayak** و **Viajes El Corte Ingles** وغيرها.

في حين قام الفريق المحلي للهيئة في المملكة

الشراكات الإقليمية



الشركاء الإقليميين



الشراكات الأوروبية



الشراكات الوطنية



نحن، وعمالقة التقنية

تلتزم الهيئة بتقديم تجربة سلسلة في مجال المعلومات والمدفوعات من خلال الشراكات الرئيسية، من خلال إتاحة محتوى "روح السعودية" و"خريطة السعودية" على نطاق واسع لسياحنا وتسهيل المدفوعات، فقد انخرطنا مع عمالقة التقنية المحليين والعالميين لاستكشاف فرص التعاون باستخدام التقنيات المتطورة.

ALI PAY



NAVER

COCOA



Yandex



Tencent 腾讯



المعارض التجارية

مجموعة رئيسية من الشركاء المؤثرين هم مجتمع التجارة السياحية في جميع أنحاء العالم، إذ تستفيد الهيئة من الحضور في أبرز الأحداث التجارية للترويج للمملكة كوجهة سياحية رائدة وزيادة الوعي بالفرص التجارية، كما تمكّن الهيئة من إبرام الاتفاقيات والشراكات التجارية لتعزيز توزيع المنتجات السعودية، وتمكّن منظومة السياحة أصحاب المصلحة في قطاع السياحة السعودي من التفاعل مع المشترين وتعميق علاقاتهم التجارية.

تحت العلامة التجارية "روح السعودية"، نقدم المملكة بكل تنوعها كوجهة سياحية واحدة. يشمل شركاؤنا منظمات إدارة الوجهات السياحية مثل هيئة تطوير بوابة الدرعية، والبلد، وهيئة تطوير عسير، والهيئة الملكية لمحافظة العلا، والمطورين مثل شركة سودة للتطوير، وكيانات أخرى تابعة لوزارة السياحة مثل صندوق التنمية السياحية، كما تدعم شركات محلية مثل مسافر وسيرا بالإضافة إلى شركاء الفنادق وشركات الطيران من المملكة العربية السعودية.

تلعب الهيئة أيضاً دوراً قيادياً في تنسيق مشاركة جميع الكيانات السعودية في معارض السفر التجارية الكبرى في جميع أنحاء العالم، مما يضمن تمثيل كل من القطاعين العام والخاص تحت مظلة العلامة التجارية روح السعودية التي تدعمهم بالخدمات اللوجستية والعلامات التجارية وتسهيل الاجتماعات والإشراف على تقويم الأنشطة في أيام العرض.

وشملت المعارض التجارية الرئيسية التي تم حضورها معرض ITB Berlin، وسوق السفر العربي في دبي، وسوق السفر العالمي في لندن، والتي استقبلت معاً أكثر من 50.000 زائر في جناح "روح السعودية"، كما حضرنا Phocuswright Miami لأول مرة حيث استقبل المقهى السعودي أكثر من 2000 ضيف.

50.000

زائر في جناح "روح السعودية"

+2000

ضيف



ITB
BERLIN

The World's
Leading
Travel Trade
Show®

ITB BERLIN



48

شريكاً سعودياً

حصل جناح "روح السعودية"

على جائزتين

جائزة أفضل جناح على الإطلاق وجائزة
أفضل جناح بالشرق الأوسط.



%50

من المشتركين يرغبون في
تمثيل المنتجات السعودية



تسليط الضوء على المعارض التجارية الرئيسية

تسليط الضوء على الإنجازات | زيادة التوزيع والترويج



حصل جناح "روح
السعودية" على جائزتين:
جائزة أفضل جناح على
الإطلاق وجائزة أفضل
جناح بالشرق الأوسط.



3400

زائر للجناح

حصلت العلامة التجارية
"أهلاً بالعالم" على

90+

تسليط الضوء على المعارض التجارية الرئيسية

تسليط الضوء على الإنجازات | زيادة التوزيع والترويج



سوق السفر العربي دبي

شارك

67

شريكاً وسيشارك 98%
منهم مرة أخرى.

40.000

زائر للجنّاح.



قضى

40%

من الزوار وقتاً في استكشاف
التجربة التفاعلية.

سجلت العلامة التجارية
"أهلاً بالعالم"

85

من بين زوار المنصة



تسليط الضوء على المعارض التجارية الرئيسية

تسليط الضوء على الإنجازات | زيادة التوزيع والترويج



سوق السفر العالمي لندن

75

شريكاً بنسبة 95% منهم
على استعداد للمشاركة مرة أخرى.

10,000

زائر للجناح

40%

أمضوا وقتاً في استكشاف
التجارب التفاعلية

85%

نسبة تفاعل وسائل الإعلام
بشكل عام بصورة إيجابية



حضرت وحدات الأعمال أيضاً معارض تجارية ذات صلة بمناطقها بما في ذلك معرض SATTE في الهند ITB آسيا وسوق السفر الفاخر الفرنسي ILTM، وسوق السفر القطري.

المعارض التجارية المحلية



سوق
السفر
القطري

6,500
زائر للجناح

توقيع أكثر من

40
مذكرة تفاهم

تسليط الضوء على المعارض التجارية الرئيسية

تسليط الضوء على الإنجازات | زيادة التوزيع والترويج



المعرض التجاري في "كان" لسوق السفر الدولي الفاخر ILTM



حضره

1650
مشترياً معتمداً للتعينين
من 90 دولة

شارك معنا

13
شريكاً

87%

نسبة الاستعداد للدخول
في شراكة مع الهيئة

86%

نسبة الاستعداد للترويج
للسعودية

80%

نسبة الوعي بعروض
السياحة الترفيهية في
السعودية



المعرض التجاري في "كان" لسوق السفر الدولي الفاخر ILTM

من بين 15 مورداً سعودياً، حضر 9 شركاء لـ
ILTM Cannes لأول مرة في عام 2023م.

الفنادق



شركات إدارة الوجهات السياحية



منظمات إدارة الوجهات السياحية



تسليط الضوء على المعارض التجارية الرئيسية



تسليط الضوء على الإنجازات | زيادة التوزيع والترويج



ITB آسيا

13,000

زائر للجنح

4

شركاء في جناح الهيئة



25,000

زائر للجنح

12

شريك في جناح الهيئة

1

جائزة أفضل تصميم جناح



الحملات الترويجية

شهد عام 2023م إجراء 43 حملة ترويجية حول العالم في 20 دولة و30 مدينة حضرها 6000 ضيف، وقامت الهيئة أيضاً بتنفيذ 70 عملية بيع مجهزة بـ 45 مجموعة مجهزة بأدوات تجارية مخصصة، وتدريب ما يقرب من 10,000 شخص مهتم ببيع 1500 منتج لدينا، مصممة لتلبية احتياجات عملائهم مع عرض أفضل ما في السعودية، كما اتخذت الهيئة التجارة نهجاً للتعرف على المملكة من خلال الرحلات التعريفية المصممة لتزويد العملاء بتجارب غامرة تمنحهم معرفة مباشرة بالوجهة والثقة في جاذبية الوجهة لعملائهم، بالإضافة إلى إنشاء فريق منطقة آسيا والمحيط الهادئ برنامج السفير التجاري وتحديد 45 شريكاً تجارياً في الصين لدعوتهم للقيام برحلات مخصصة لهذه الرحلات.

43 حملة ترويجية

حملة ترويجية

20 دولة

دولة

30 مدينة

مدينة

6000 مشارك

مشارك

70 مهمة مبيعات

مهمة مبيعات

45 مجموعة أدوات تجارية

مجموعة أدوات تجارية

1500 منتج

منتج



تدريب الشركاء التجاريين

أثبتت الحملات الترويجية أنها وسيلة فعالة لتسليط الضوء على الوجهة للشركاء التجاريين، كما حققت هذه الحملات الترويجية نجاحاً كبيراً في إثارة الاهتمام بالشركاء المحتملين في مجال الترفيه والعمرة وتطوير خبراء سعوديين مُدربين ومتحمسين للترويج للسعودية كوجهة سياحية. وظفت الهيئة ودربت حوالي 2500 شريك تجاري عبر أسواقها الرئيسية.

2500

شريك تجاري عبر أسواقها الرئيسية.

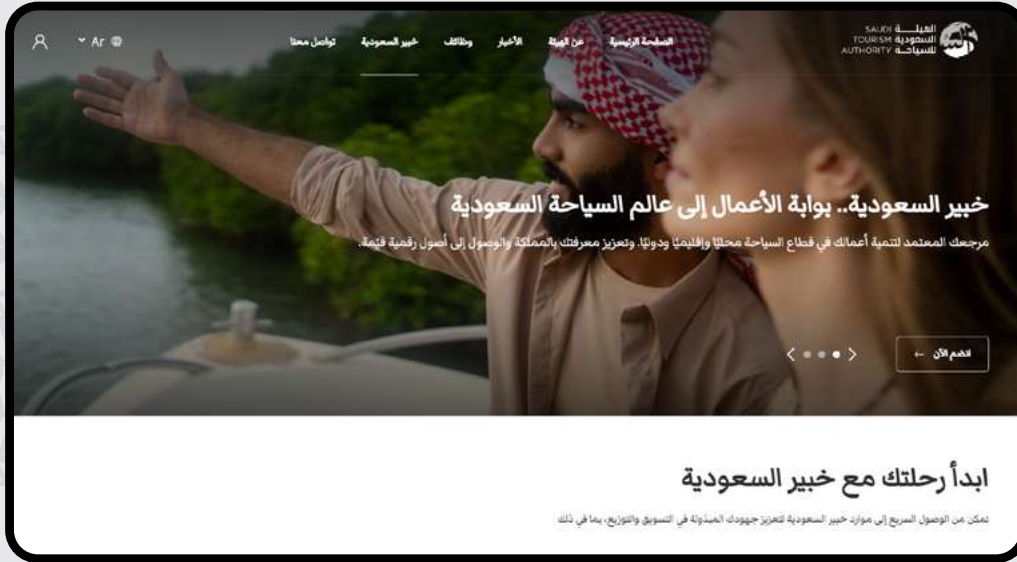


خبير السعودية



وقد ساعدتنا هذه
الأنشطة مجتمعة على
ضم **376** شريك ساهموا
بتحقيق عدد إضافي يقدر
بـ **3.3** مليون سائح
قدموا لغرض الترفيه.

خبير السعودية هي منصة رقمية تهدف إلى تمكين شركاء السياحة المحليين والدوليين، حيث توفر منصتنا الخاصة بالعلاقات التجارية بين الشركات B2B للشركاء التجاريين القدرات الرقمية بما في ذلك التعلم الإلكتروني التفاعلي، والأصول الرقمية، وإمكانيات السوق، ودليل الأعمال لتسهيل رحلتهم في الترويج للمملكة، وزيادة التحول وفقاً لـ Global Trade Pulse. وقد زادت نية بيع المنتجات السعودية بين مستخدمي خبير السعودية بنسبة 14%، مما يدل على التأثير الإيجابي للمنصة ونتيجة مشاركتنا النشطة في 21 معرضاً تجارياً وحملات ترويجية لانضمام الشركاء المحتملين، أدى ذلك إلى انضمام أكثر من 5000 شريك مسجل مستفيد من الخدمات والمصادر المتنوعة المتاحة على المنصة.



لزيارة المنصة <

14% ↗

نسبة التفاعل مع المنتجات
السعودية بين مستخدمي
خبير السعودية

21 👁

معرض تم المشاركة فيه

5000 🚶

شريك وأكثر سجل معنا

تجربة الزائر



تجربة الزائر



تبدأ

رحلة السائح قبل الوصول إلى المملكة.



يتعرف

السائح من خلالها على المملكة كوجهة سياحية من خلال جهود الهيئة التسويقية.



يفكر ويبحث

عن المكان الذي يريد الذهاب إليه وما يريد القيام به قبل الالتزام وحجز رحلته الجوية والفنادق التي يرغب بها.

هذا وقد قامت الهيئة بتخطيط رحلة السائح بعناية بدءاً من الفضول وحتى المغادرة وحددت نقاط الاتصال الرئيسية لتحسين التجربة سواء أثناء البحث عن المعلومات عبر الإنترنت، أو تجربة الوصول إلى المطار، أو كيفية جعل أبرز لحظات رحلتهم لا تُنسى.

سهولة الوصول

تسهيل التأشيرة

وفي سياق تجربة الزائر كان من الواضح أن التقديم والحصول على التأشيرة كان بمثابة عائق لا بد من التغلب عليه، حيث أولت الهيئة اهتماماً عالياً لإمكانية الوصول وسهولة السفر للسياح في جميع أنحاء العالم، من خلال العمل مع الشركاء الحكوميين الرئيسيين بما في ذلك وزارة السياحة، وزارة الخارجية، ووزارة الداخلية، ونفذت مبادرات مختلفة تظهر التزامها بالشمولية والراحة، وكان أحد الإنجازات المهمة هو توسيع برنامج التأشيرة الإلكترونية ليشمل 14 دولة إضافية، وتبسيط عملية التقديم وتشجيع الأشخاص على استكشاف كنوز المملكة، بالإضافة إلى ذلك، تمتعت دول محددة بإعفاءات كاملة من رسوم التأشيرة، مما أدى إلى إزالة المزيد من العوائق أمام السفر.



أذربيجان



ألبانيا



كازاخستان



جورجيا



جزر المالديف



قيرغيزستان



سيشيل



بنما



سانت كيتس ونيفيس



موريشيوس



طاجيكستان



جنوب أفريقيا



تركيا



تايلاند





وبالتالي، من خلال **19** مكتباً تم افتتاحه حديثاً وتوسيع 3 مكاتب موجودة في **12** دولة، أنشأت الهيئة شبكة أوسع لتقديم خدمة أفضل للسياح، وأدت متطلبات التأشيرة الموحدة عبر الأسواق الرئيسية إلى خلق تجربة أكثر سلاسة وترحيباً للمسافرين الدوليين.

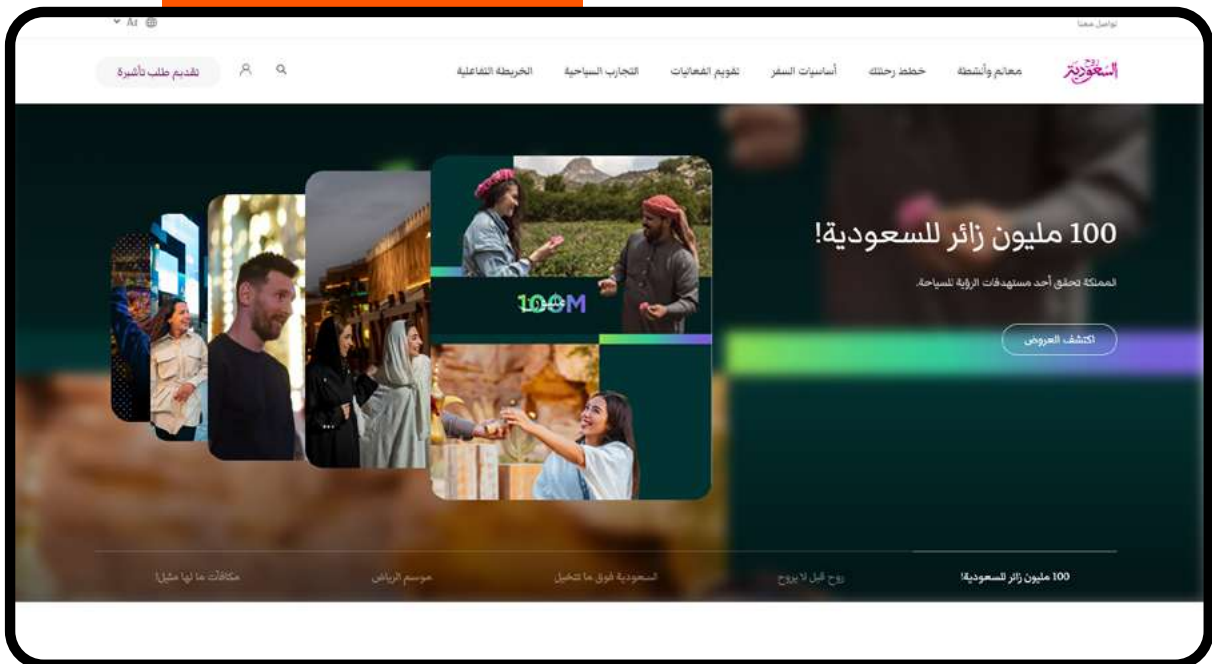
تظهر هذه الإنجازات تفاني الهيئة في كسر الحواجز واحتضان التنوع والعمل مع الشركاء في هذا القطاع حتى يتمكن من الترحيب بالسياح من جميع أنحاء العالم لتجربة سحر المملكة وتمكين التحول في قطاع السياحة.

إلى جانب توسيع نطاق التأشيرة الإلكترونية، تضمنت المبادرات الأخرى إثراء موقع "روح السعودية" بإضافة ثماني لغات مختلفة، لتلبية احتياجات جمهور أوسع وضمان إمكانية الوصول إلى المعلومات. علاوة على ذلك، قمنا بدعم خدمة تسهيل التأشيرات (VTS) في فتح وتوسيع المكاتب التي تتوافق استراتيجياً مع أسواق المصدر ذات الأولوية لدى الهيئة، وتوحيد متطلبات التأشيرة في الدول غير المؤهلة للحصول على التأشيرة الإلكترونية، كما وسعنا تواجدها عن طريق فتح **19** مكتباً جديداً وتوسيع **3** مكاتب قائمة في **12** دولة.

وظل توحيد متطلبات التأشيرة عبر مختلف البلدان موضع تركيز بالغ الأهمية، من خلال دعم الهيئة بشكل فعال وزارة الخارجية في تبسيط عملية تقديم الطلبات ومعايير إصدار التأشيرات في أسواق المجموعة المستهدفة بما في ذلك الجزائر، وبنغلاديش، والهند، والأردن، والمغرب، وباكستان، وتونس. إذ أدت مبادرة التنسيق هذه تبسيط التخطيط لسفر السياح من هذه الدول.



لغات مختلفة على موقع
"روح السعودية".



تأشيرة المرور

من خلال العمل مع شركاء الطيران المحلية، الخطوط الجوية السعودية وطيران ناس، دعمت الهيئة إدخال تأشيرة المرور لمدة 96 ساعة في الربع الأول من خلال الترويج وتوسيع ودعم الإقامة الفندقية حينما يستفيد الركاب الذين يسافرون على متن شركات الطيران المحلية من تأشيرة المرور لأغراض دينية أو تجارية أو ترفيهية. استهدفت الحملة الرقمية مصر والأردن والمغرب وتركيا والإمارات العربية المتحدة وحقت 62.605 أعداد السياح و413 مليون ظهور، و9.8 مليون تفاعل.

62.605 
أعداد السياح

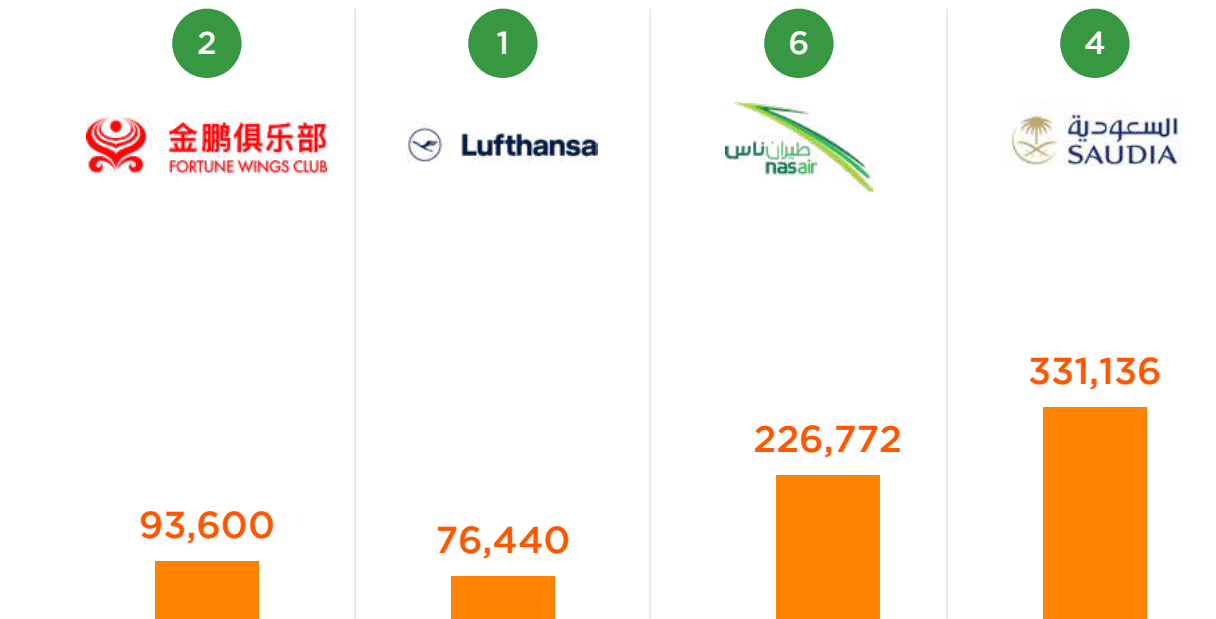
413 مليون 
ظهور

9.8 مليون 
تفاعل

الربط الجوي

يبحث السياح عن سفر خالي من المتاعب مع توفير أوقات ملائمة للطيران والسفر المباشر والقدرة على تحمل التكاليف، لذا عملت الهيئة مع العديد من شركاء الطيران والجهات الحكومية بما في ذلك الهيئة العامة للطيران المدني. والخطوط السعودية، وطيران ناس، والخطوط الجوية الصينية، وهانان إير، وخطوط ITA الجوية، ولوفتهانزا والخطوط الجوية البولندية، لتوسيع الاتصال الجوي والمسارات المباشرة من خلال دراسة الفرص في الأسواق غير المستغلة لتوفير مسارات جوية ووجهات جديدة.

وأدى ذلك إلى نمو عدد السياح الوافدين بسبب زيادة عدد المقاعد والعروض المتاحة، إذ أضافت الهيئة 28.941 مقعداً إضافياً كل أسبوع عبر 8 شركات طيران تغطي منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأوروبا والأمريكتين ومنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا. 22% من السعة كانت على الخطوط السعودية و15% على طيران ناس.



الربط الجوي

39% من السعة كانت على الخطوط السعودية

26% على طيران ناس



7

شركات طيران تغطي منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأوروبا والأمريكتين ومنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا.



24

Wizz

648,483

1

POLISH AIRLINES
LOT

29,484

2

ITA

60,060

1

CHINA AIRLINES

39,000

قامت الهيئة كذلك بتحفيز الطلب من خلال إطلاق حملة صيفية شاملة متعددة القنوات بالتعاون مع شركاء الطيران السعودية وطيران ناس وطيران ويز للترويج للوجهات السعودية في أسواق المصدر الرئيسية من خلال الاستفادة من قواعد بيانات عملائها، واستهدف هذا السياح المحليين، وكندا، رابطة الدول المستقلة، ومصر، وأوروبا، ودول مجلس التعاون الخليجي، والهند، والأردن، وباكستان، وتركيا، والمملكة المتحدة والولايات المتحدة. وتضمنت هذه المبادرة 71 عرضاً ترويجياً من خلال سلسلة من الحملات التكتيكية التي تنطوي على دعم تذاكر الطيران لتحفيز الطلب. وشهدت الحملة زيادة كبيرة في عدد السياح.

174 ألف 

مسافر إضافي
على السعودية

418 ألف 

مسافر إضافي على **Wizz**



الاهتمام باحتياجات السائح رفيق السفر غير المرئي

يساعدنا الرقم المحلي 930 إلى جانب 44 خطاً محلياً، والمتوفرة بـ 12 لغة لتقديم الدعم الفوري للمسافرين الحاليين والمحتملين، كما تساعد على تحديد المجالات التي تحتاج إلى المعالجة واتخاذ الإجراءات التصحيحية في الوقت المناسب إما ضمن وظائف في الهيئة أو عن طريق تصعيد المناطق الخارجة عن سيطرتنا إلى الكيانات ذات الصلة مع منظومة السياحة السعودية.



يتمثل دور العناية بالسائح
بشكل أساسي بمثابة
"رفيق السفر" للسائح.



12

لغة لتقديم الدعم
الفوري للمسافرين
الحاليين والمحتملين



45

خطاً محلياً



930

الرقم المحلي

زيادة الاستفسارات

وبعد أن حددنا هذا كمجال كبير الحجم، عملنا لإنشاء مرشد رقمي لاستخراج التأشيرات **Visa Wizard** بهدف تقليل استفسارات التخطيط والحجز المتعلقة بشروط التأشيرة.

هناك ثلاث مجالات تشكل غالبية الشكاوى في رحلة السائح: التخطيط، والحجز، والإقامة، وخدمات دعم السياحة. يعمل فريق الشراكات الحكومية بشكل وثيق لحل المشكلات مع شركائنا الكبار لإيجاد حلول مبتكرة، وهم وزارة السياحة (التي تقوم بشكل مباشر أو غير مباشر بحل 80% من الشكاوى)، ووزارة الخارجية، والجوازات، وCCHI (مجلس التأمين الصحي التعاوني).

باختصار، قدم قسم رعاية السياح لدينا استجابة عالية للسياح في أي وقت وفي أي مكان عبر جميع نقاط الاتصال. حيث شهد عام 2023م توسيع نطاق عملياتنا وزيادة كفاءتنا من خلال الاستخدام الذكي للتقنية.

تشهد الهيئة نموًا بنسبة 10% سنوياً في إجمالي التفاعلات على أساس سنوي، مما يدل على الاهتمام المتزايد بالملكة كوجهة سياحية، كما تعاملت الهيئة مع 1.3 مليون تفاعل في عام 2023م، حيث بلغت منها نسبة الاستفسارات 77%، و23% شكاوى، وهذا ونقوم بقياس ثلاثة أشكال من التفاعل، المكالمات الصوتية (23%)، والمكالمات الرقمية (55%)، والمادية (23%) في المطارات وأكشاك الفنادق حيث قمنا بتوفير خرائط جديدة متاحة بعشر لغات.

ارتفع معدل الاستخدام الدولي لخدمتنا إلى 70% مع الاستخدام المكثف لأرقام الهاتف المجانية البالغ عددها 45 رقماً المتاحة الآن على صفحة اتصل بنا على موقع VisitSaudi.com. لقد كان للأتمتة نصيباً رئيسياً حيث يتم التعامل مع أكثر من 30% من التفاعلات الرقمية بواسطة Chatbot الخاص بنا، والموجود على صفحة eVisa حيث تمثل أسئلة التأشيرة 73% من الاستفسارات.

23% 
نسبة المكالمات
الصوتية.

55% 
نسبة المكالمات
الرقمية.

1.3 مليون 
تفاعل في عام 2023م.

45 
رقماً متاحة الآن على
صفحة اتصل بنا على
موقع VisitSaudi.com

30% 
نسبة التفاعلات
الرقمية بواسطة
Chatbot الخاص بنا

23% 
نسبة المكالمات
المادية.

قنوات روح السعودية

نجحت منصة روح السعودية في جذب 51 مليون مستخدم جديد وحققت 89 مليون مشاهدة للصفحة مما أدى إلى 3.6 مليون رابط خارجي إلى المواقع الشريكة. كما أطلقنا eVisa Wizard ضمن برنامج روح السعودية، وهي أداة مبتكرة تهدف إلى تبسيط عملية طلب التأشيرة للسائح الدولييين، وأدى ذلك إلى انخفاض بنسبة 40% في استفسارات التأشيرة وتوفير تجربة سلسلة للمسافرين، وأدى كل هذا إلى تحقيق إيرادات مباشرة بقيمة 2.94 مليون طلب للتأشيرة الإلكترونية عبر منصة روح السعودية.

منصة روح السعودية <



51 مليون
مستخدم جديد



89 مليون
مشاهدة للصفحة



26.9 مليون
جلسة تفاعلية



3.6 مليون
رابط خارجي إلى
المواقع الشريكة



2.94 مليون
طلب للتأشيرة
الإلكترونية

رحلة السائح

يقدم عمل فريق الهيئة دوراً فعالاً في رحلة السائح عبر نقاط الاتصال الرئيسية مثل المطارات ووسائل النقل، ويعمل بصفة استشارية لتقييم جاهزية الوجهة والتوصية بالتحسينات.

الوجهات الأكثر جذباً

غالباً ما تكون أفضل مناطق الجذب هي السبب الأكثر إقناعاً للسياح في اختيار المملكة كوجهة سفر، وبذلك، عملت الهيئة على تحديد المواقع الرئيسية التي يجب أن يراها السعوديون والتي كانت مرغوبة من قبل الغالبية العظمى من السياح وتشوم بتطوير تجارب مخصصة للجماهير المستهدفة بالتعاون مع منظمات إدارة الوجهات السياحية وشركات إدارة الوجهات السياحية المحلية، على سبيل المثال لا الحصر:

01

الدرعية خلف
الأبواب المغلقة

02

جولة الحجر
بسيارة لاند روفر
الكلاسيكية

03

جولة الحجر
اللييلية

04

حي البلد لتجربة
الأكلات الشعبية

إعادة تصور تجربة الزائر

عملت الهيئة مع منظومة السياحة لدعم مبادرة وزارة السياحة لتنسيق تخطيط وتطوير الوجهات السياحية مع جميع أصحاب المصلحة.

تم تجديد 64 موقع في 10 جهات و8 محافظات من أجل التطوير، حيث عملت الهيئة بشكل وثيق مع منظومة السياحة لتوفير إرشادات لتعزيز المواقع بهدف زيادة الزيارات والإنفاق. وفي عام 2023م، عملنا على 12 موقع ذا أولوية في منطقة عسير، ومنطقة حائل، والأحساء، والطائف بالإضافة إلى مكة المكرمة والخبر.

عملت الهيئة على إعادة تصور 34 موقعاً في 12 جهة وتطوير أكثر من 200 نشاط وتجربة جديدة.

واتجهت الهيئة لتنويع المنتجات السياحية عبر جهات متعددة، وعملت بشكل وثيق مع منظمات إدارة الوجهات السياحية (DMOs) و RDAs هيئات التنمية الإقليمية والقطاع الخاص لتنظيم وتنشيط تجارب ترفيهية جديدة، لخدمة المسافرين لأغراض دينية وغير دينية. ومن خلال العمل مع شركاء مثل IARDA، وAlAyniah، و Sera Group، وJeddah Al Balad، وMadinah DMO، وHiHome، تمكنا من تنويع عروضنا من خلال إنشاء منتجات جديدة رئيسية في المحميات الملكية والصحاري وحدة على سبيل المثال لا الحصر.



34



موقع تم إعادة تصويرهم في
أكثر من 12 وجهة.

+200



نشاط وتجربة جديدة أو مطورة.

12



موقع ذا أولوية عملت عليه
الهيئة في منطقة عسير
ومنطقة حائل والأحساء والطائف
بالإضافة إلى مكة والخبر.



الشراكات الحكومية

هذه الجهود مشاركة رواد الأعمال في المعارض واللقاءات التفاعلية لتبادل الخبرات وتعزيز التعريف بالمنتجات السياحية المتاحة. وتهدف الهيئة إلى إشراك المجتمعات المحلية ودعمها في جهود تنشيط السياحة، وتعزيز السياحة البيئية والاستثمار فيها. وذلك عن طريق تعزيز التعاون والشاركة مع المجتمعات المحلية لتعزيز التنمية المستدامة والاستدامة البيئية في المناطق السياحية.

ومن أبرز الجهات التي وقعت الهيئة معها مذكرات تفاهم واتفاقيات لترويج الفعاليات، هيئة تطوير بوابة الدرعية، والخطوط الحديدية السعودية، ومركز الملك عبدالله المالي، وشركة مطارات الرياض، والاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية، ووزارة السياحة، وصندوق التنمية السياحي، وهيئة المدن الاقتصادية والمناطق الخاصة، وصندوق الشهداء والمصابين والأسرى والمفقودين، والاتحاد العربي السعودي لكرة القدم.

في سياق تعزيز التكامل وتكثيف التعاون مع الجهات الحكومية، بهدف تحقيق الأهداف المشتركة والمتوافقة مع رؤية السعودية 2030، قامت الهيئة بإبرام العديد من مذكرات التفاهم والاتفاقيات الهامة. وتهدف هذه الاتفاقيات إلى تعزيز وترويج الفعاليات المختلفة على نحو شامل ومتكامل.

تركز جهود الهيئة على عدة جوانب، ومنها تفعيل وتنشيط منظمات إدارة الوجهات السياحية، وتطوير المنتجات السياحية بشكل مبتكر، وتعزيز جهود التسويق وتحديث تقويم الفعاليات. كما يتم تعزيز التواصل الاستراتيجي وتبادل البيانات المهمة لضمان التنسيق الفعال بين الجهات المعنية.

بالإضافة إلى ذلك، تسعى الهيئة إلى تطوير حلول مبتكرة تساهم في تحسين تجربة الزائر وتعزيز الوعي بالمنتجات السياحية المتاحة، إذ تتضمن

الشراكات الحكومية

هيئة تطوير بوابة الدرعية (DGDA)

توقيع مذكرة تفاهم مع هيئة تطوير بوابة الدرعية لتعزيز تجربة الزائر ومعالجة الشكاوى واقتراح حلول تقنية مبتكرة للتنمية السياحية وتفعيل المشاركة المجتمعية في تطوير المنتجات والخدمات مع مجتمع الدرعية.



الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية

توقيع مذكرة تفاهم واتفاقية مع الاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية تركز على تفعيل برنامج الولاء، وتشمل المبادرات الترويج لموسم القيمرز من خلال إنشاء الحزم وتوزيعها وتسويقها، حيث يستفيد أصحاب المصلحة الداخليون من خصم نسبته 30% على التذاكر الموسمية، بينما يحصل الشركاء التجاريون على 5 آلاف تذكرة مخفضة، مع إمكانية الوصول إلى محتوى الموسم، وإنشاء أكثر من 70 حساباً للشركاء التجاريين على منصة التذاكر لموسم القيمرز.



الشراكات الحكومية

الخطوط الحديدية السعودية (SAR)

توقيع مذكرة تفاهم مع الخطوط الحديدية السعودية (سار) لتعزيز جهود التعاون، إذ يتضمن التعاون الترويج لمحتوى "روح السعودية" من خلال منصة SAR، وتقديم 1000 تذكرة سنوية لشركاء الهيئة مع خصم 25%، والتركيز المخصص على تحسين تجربة الزائر ومعالجة الشكاوى.



الاتحاد العربي السعودي لكرة القدم (SAFF)

توقيع مذكرة تفاهم مع الاتحاد العربي السعودي لكرة القدم لتفعيل الرعاية الدولية.



الشراكات الحكومية

وزارة السياحة، وصندوق التنمية السياحي، وهيئة المدن الاقتصادية والمناطق الخاصة (ECZA)

توقيع مذكرة تفاهم مع وزارة السياحة، وصندوق التنمية السياحي، وهيئة المدن الاقتصادية والمناطق الخاصة للتعاون في تطوير البرامج السياحية والمشاركة في الفعاليات السياحية المحلية والدولية.



مركز الملك عبدالله المالي

توقيع مذكرة تفاهم مع مركز الملك عبدالله المالي (KAFD) للتعاون في تطوير المنتجات السياحية المرتبطة بمركز الملك عبدالله المالي، حيث تهدف هذه الشراكة إلى الترويج لمركز الملك عبدالله المالي ومناطقه كوجهة سياحية، وذلك باستخدام مرافق مركز الملك عبد الله المالي للمعارض والفعاليات التي تركز على السياحة.



الشراكات الحكومية

مطارات الرياض

توقيع مذكرة تفاهم مع مطارات الرياض مع التركيز بشكل خاص على تفعيل مبادرة حفاوة، يشمل إجراء استبيانات في مناطق مختلفة في مطار الرياض، وإشراك مطارات الرياض في المعارض التجارية للهيئة وتنفيذ برنامج الاستعداد الصيني.



وزارة السياحة، وصندوق التنمية السياحي، وصندوق الشهداء والمصابين والأسرى والمفقودين

توقيع مذكرة تفاهم مع وزارة السياحة، وصندوق التنمية السياحي، وصندوق الشهداء والمصابين والأسرى والمفقودين بهدف تقديم عروض خاصة من الهيئة (كيان أو منظمة على الأرجح) إلى المستفيدين من الصندوق.





التكامل والتعاون مع منظمات إدارة الوجهات السياحية (DMOs)



التعاون: العمل يداً بيد لتطوير وتنفيذ الاستراتيجيات والمبادرات السياحية.



التواصل: تبادل وتحديث المعلومات بانتظام.



الدعم: تبادل المعرفة المكتسبة من خلال الخبرة عبر التدريب، والمساعدة الفنية والتسويق.

تدعم الهيئة منظمات إدارة الوجهات السياحية المنشأة والحديثة من خلال قسم إدارة الوجهات السياحية المركزي الذي تم إنشاؤه حديثاً بهدف تعزيز التعاون مع كافة أصحاب المصلحة الرئيسيين، ويعمل كنقطة اتصال واحدة بين الهيئة ومنظمات إدارة الوجهات السياحية، إذ يعمل بتنسيق جميع وظائف الهيئة لتقديم الدعم والخدمات من خلال برنامج مشاركة منظمات إدارة الوجهات السياحية استناداً إلى ثلاثة مبادئ رئيسية:

تساهم جميع الجهات في مؤشرات الأداء الرئيسية للسياحة باعتبارها منظومة واحدة، تحت مسؤولية الهيئة على المستوى الوطني، وهي الزيارات، وإنفاق السياح وصافي نقاط الترويج، حيث تعتبر مكاتب إدارة الوجهات الركن الأساس لتحقيق طموح الهيئة ونجاحها، لذلك، على الهيئة الإشراف على كيفية تطوير الوجهات لتجنب ازدواجية التجارب، ورفع المعايير والجودة وتنوع الخبرة عبر التركيبة السكانية ومؤشرات الأسعار، والإشراف على تجربة الزائر عبر الرحلة بأكملها.

على الرغم من أن هذه المبادرة لا تزال في مرحلة ناشئة، فقد اتخذت الهيئة خطوات أولية للتعامل مع منظمات إدارة الوجهات السياحية وتنشيطها من خلال عدد من الإجراءات:

الإجراءات

01 | إعداد إنشاء إدارة الوجهات السياحية.

إطار إنشاء إدارة الوجهات السياحية.

02 | الوعي بالنشاط التسويقي عبر جميع منظمات إدارة الوجهات السياحية لتجنب تضارب الجدول الزمني وتساعد أسعار التسويق عبر الإنترنت عند المنافسة.

الوعي بالنشاط التسويقي عبر جميع منظمات إدارة الوجهات السياحية لتجنب تضارب الجدول الزمني وتساعد أسعار التسويق عبر الإنترنت عند المنافسة.

03 | الخدمات الاستشارية لتطوير العروض وتقديم العلامات التجارية.

الخدمات الاستشارية لتطوير العروض وتقديم العلامات التجارية.

04 | تطوير وتفعيل المنتجات السياحية المميزة التي تلبي تطلعات الشركاء التجاريين.

تطوير وتفعيل المنتجات السياحية المميزة التي تلبي تطلعات الشركاء التجاريين.

بوابة واحدة، وجهات متعددة

تعمل الهيئة مع مكاتب إدارة الوجهات لضمان وجود توافق وفهم واضح لإنشاء القيمة المضافة التي تقدمها الهيئة عبر مجالات متعددة من أعمالها، حيث كانت إحدى المبادرات الرئيسية في عام 2023م هي برنامج التمكين الرقمي لمنظمات إدارة الوجهات السياحية، الذي يهدف إلى تمثيل جميع منظمات إدارة الوجهات السياحية في ظل الأسس القوية والقابلة للتطوير لمنصة روح السعودية، مع وضع تجربة المستخدم في مقدمة جهودنا.



أما بالنسبة للسائح، فيمكنه أن يجد كل ما يحتاجه في مكان واحد، بتقديم المنصة لتجربة سلسلة للحصول على المعلومات والخدمات والتجارب التي تساعد على تحقيق أقصى استفادة من رحلته.



بالنسبة لمنظمات إدارة الوجهات السياحية، يعني ذلك حصولهم على طريق أسرع للتسويق من خلال التواجد المخصص ضمن منصة "روح السعودية" لكل من جمهور العلاقات التجارية بين الشركات B2B وبين الشركة والعمل B2C.



هذا وقد تم إدراج أول مكتب لإدارة الوجهات على متن الطائرة؛ ومن خلال العمل مع الهيئة الملكية لمدينة مكة المكرمة والمشاعر المقدسة، قامت الهيئة بدمج التفاصيل في بوابة روح السعودية وأطلقت موقع makkah.visitsaudi.com كعلامة بارزة أولى في جهودها.

دعم القطاع بالاستفادة من الذكاء الاصطناعي

إن القدرة على التنبؤ بما سيحدث في المستقبل هو أمر يتفوق فيه الذكاء الاصطناعي، حيث قامت الهيئة بتدريب النماذج التنبؤية المتعلقة بالسياح والإنفاق للوصول إلى دقة تزيد عن 95%، وهذا يساعدنا على تحديد التحديات والفرص ومعالجتها مع منظومة السياحة والشركاء، وعلى سبيل المثال، إذا كنا متأخرين عن الهدف في أسواق معينة، فيمكننا زيادة جهود التسويق واختيار المنتجات أو إنشاء عروض ترويجية ذات صلة بتلك الأسواق.

دراسات الحالة



دراسات الحالة: الصين

الصين ووضع الأسس

وضعت الهيئة ومنظومة السياحة بأكملها الأسس لإطلاق العنان لإمكانات السوق الصينية، حيث بدأت مراحل طلب الدعم في يوليو 2021م من وزارة الخارجية لاعتماد المملكة كوجهة سياحية رسمية من الحكومة الصينية.

سيتيح وجود المملكة كوجهة سياحية للسفر الجماعي من الصين، التسويق للسياح الصينيين، وقدرة وكلاء السفر على ترويج وبيع المنتجات السياحية السعودية. وفي عام 2022، وقعت السعودية مذكرة تفاهم وتم الانتهاء من الاتفاقية النهائية هذا العام وتم الاحتفال بها من خلال حدث تجاري لكبار الشخصيات استضاف 30 شريكاً تجارياً و20 وسيلة إعلامية. تزامناً مع إطلاق حملة المستهلك، وقعت السعودية أول مطار في المنطقة يحصل على شهادة صينية معتمدة.

المنصة باللغة الصينية <

أول مطار في المنطقة يحصل على شهادة صينية معتمدة

أشرفت الهيئة على تحديد وتنفيذ المعايير ليصبح مطاراً معتمداً في الصين، مما يعني أنه يلبي متطلبات المسافرين الصينيين. وبذلك أصبح مطار الملك خالد الدولي أول مطار معتمد من الصين في المنطقة يلبي جميع المتطلبات، على سبيل المثال لا الحصر:

المتطلبات

01 | 01

جميع المعلومات متاحة على الإنترنت وفي المطار بلغة الماندرين.

02 | 02

شبكة لاسلكية مجانية للركاب.

03 | 03

طاقم عمل يتحدث لغة الماندرين في نقاط الخدمة.

04 | 04

الدفع عبر الهاتف المحمول بسلسلة عبر WeChat و Alipay و UnionPay.



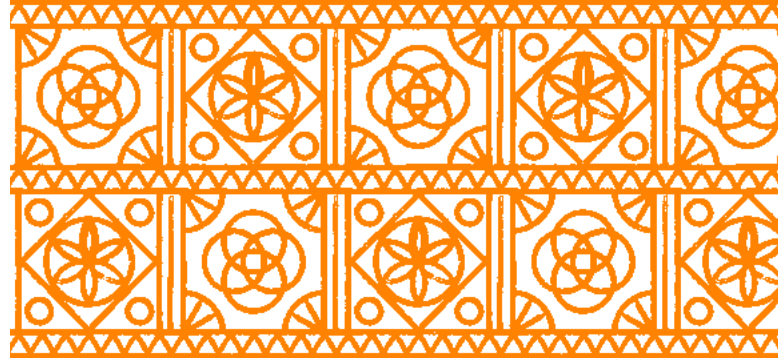


التنسيق وخلق التجارب المناسبة

وبفضل هذه المعرفة، قامت الهيئة بتطوير إرشادات لمقدمي الخدمات المحليين بما في ذلك الفنادق وخدمات سيارات الأجرة والمطارات وفريق رعاية السياح لتخصيص وتعزيز مستوى تفاعلهم مع السائح الصيني، إذ أنشأت الهيئة مجموعة أدوات مخصصة للسائح الصيني.

تم توفير المحتوى باللغة الصينية على القنوات الرقمية والمادية **WeChat** و **Weibo** ومحلياً على شاشات سيارات الأجرة لزيادة الوعي بتوفر الرقم المباشر للعناية بالسائح **930** وباللغة الصينية.

تبنت الهيئة نهجاً شاملاً لفتح سوق مصدر جديد من خلال معالجة متطلبات التنقل والإقامة في الفنادق والتجارب والوصول إلى خدمات رعاية السياح لتحديد المجالات الرئيسية للتأثير بشكل إيجابي على رحلة السائح الصيني، كما حددت الهيئة الشرائح المستهدفة حسب غرض السفر، وإقرار **20** تجربة سياحية باعتبارها المنتجات الأكثر جذباً.



الانطلاق: السوق السعودي في شنغهاي

أحضرت الهيئة قطعة من السعودية إلى قلب الصين من خلال حدث مباشر، حيث أعاد معرض السوق السعودي الذي يبلغ طوله 200 متر، والذي تم بناءه على الواجهة البحرية الرئيسية في شنغهاي، حيث خلق تجربة حية كما لو أنك في سوق الزل أو في العلا، وتكتمل الصورة بالموسيقى الشعبية والأطعمة التقليدية والتمور السعودية والقهوة والملابس التقليدية، وقد استقبلت الفعالية 77,000 زيارة للسوق السعودي، كما قامت 100 من وسائل الإعلام والمؤثرين الصينيين بتغطية الحدث، مما حقق وصولاً إجماليًا بلغ 650 مليوناً، منها 300 مليون على WeChat Live.

البث المباشر:

70 مليون

زوار الحدث

77 ألف

إجمالي الوصول:

650 مليون

170%

نسبة نمو عدد زوار موقع
VisitSaudi.com

أفضل 5 شركاء من الصين

HUAWEI

海南航空
HAINAN AIRLINES

腾讯
Tencent

Jin Jiang
International

Ctrip

دراسات الحالة: الحفاوة السعودية

تقييم الفرصة

أمضت الهيئة عام 2023م في استكشاف مزايا تقاليد الحفاوة الأصيلة كأداة إضافية في ترسانتنا للترويج للسعودية باعتبارها موطن الكرم الأصيل في قلب الجزيرة العربية وأيضاً تعزيز مكانة السعودية، حيث أظهرت الأبحاث أن هناك مساحة بيضاء في مجال الترحيب بين مجموعة منافسينا، وتعمل الهيئة على تحقيق طموح كبير يتمثل في تسمية الحفاوة السعودية والمطالبة بها حتى يتم الاعتراف بالمملكة واعتبارها الدولة الأكثر ترحيباً في العالم.

ويهدف هذا البرنامج الوطني إلى:

إطلاق العنان
للتميز في الخدمة

رعاية الهوية الوطنية
والحفاظ عليها

التأثير بشكل إيجابي
على انطباعات المسافرين

حفاوة <

خلق المقارنات

على المدى القصير، سنحدد المبادئ العالمية لـ "الترحيب" بالإضافة إلى السمات المحلية للحفاوة، والهدف هنا هو إنشاء مؤشر ضيافة عالمي مستقل يمكن أن يشهد صعود السعودية لتحتل مركزاً ضمن المراكز الخمسة الأولى بحلول عام 2030م.

على المدى المتوسط إلى الطويل، يجب إنشاء هذا المؤشر من قبل جهة مستقلة كمقياس على أساس دوري للدول التي تعتبر الوجهات السياحية الأكثر ترحيباً، والتأكد من أن المملكة من بين أفضل 20 دولة بفضل كرم أهلها وضيافتهم، والارتقاء على مدى خمس سنوات.



على المدى القصير،
نهدف أن نكون ضمن
المراكز الـ 5 الأولى
بحلول عام 2030م

على المدى المتوسط
ستكون المملكة
من بين أفضل 20 دولة
بالكرم و الضيافة





تطوير قدرات العاملين في الصفوف الأمامية بالقطاع الخاص

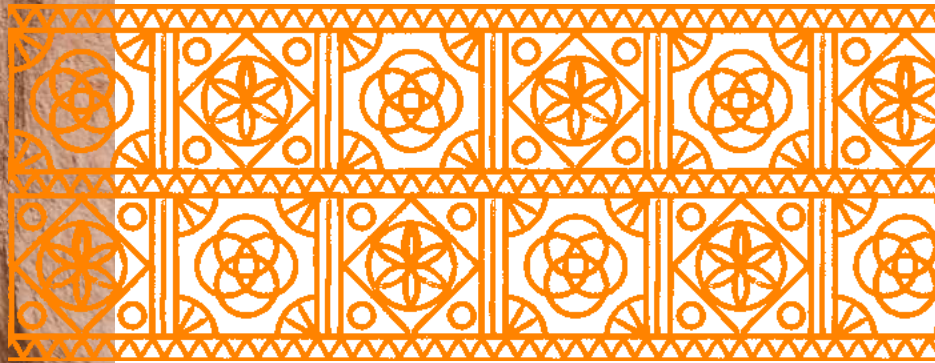
تعمل الهيئة أيضاً على الحصول على شهادة التميز التي ستعترف بالمؤسسات التي تظهر التميز في الخدمة عبر الركائز الثلاث للخدمة والرعاية والكرم وتسمح للسياح بالتعرف على هذه الفنادق والمطاعم والمعالم السياحية باعتبارها متوافقة مع مفهوم الحفاوة السعودية.

نعمل على تطوير طرق للتعرف على الدور الهائل الذي يلعبه العاملين في الميدان وفي الصفوف الأمامية في تعزيز مفهوم الحفاوة السعودية، ووحدة تدريبية مخصصة للأدوار الرئيسية للعاملين في الصفوف الأمامية، ومنصة مختصة لمكافأة التميز في الخدمة وأولئك الذين يتفاعلون بترحاب مع ضيوفهم.

السعوديون - جمهورنا المستهدف الأساسي

قمنا بجمع قصص الترحيب السعودي التي توضح الطريقة التي نتعامل بها مع الناس، ونرحب بهم عبر مجتمعنا الأصيل، كما نسلط الضوء على الأشياء التي نشتهر بها والتي تمثل مثلاً للترحيب السعودي مثل القهوة والتمور والقيم الإنسانية والأماكن السعودية الفريدة والكرم المتأصل الذي نظهره مع الضيوف أيضاً كانوا ومن أي مكان أتوا.

قمنا كذلك بسرد هذه القصص من خلال نهج متعدد القنوات بهدف إبراز ضيافتنا بين السعوديين وغرس الشعور بالفخر في هذه السمة الوطنية، نريد للجميع بأن يشعروا بأهميتهم في هذا الطموح الكبير وأن عاداتهم وتقاليدهم الفريدة مدعاة للفخر والاعتزاز.



رواية قصة جذابة

عقدنا شراكة مع مجموعة MBC لجمع وإنتاج وعرض قصص التواصل الإنساني والترحيب، حيث تم تقديم 1500 قصة، وقد تم بالفعل إنتاج وبيت 9 قصص للوصول إلى أكثر من 6 ملايين مشاهد، كما نجحنا في زيادة التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال 3.4 مليون مشاهدة فيديو و14.3 مليون ظهور وأكثر من 22 ألف مشاركة عبر قنوات مجموعة MBC وحدها.

1500 

قصة تم تقديمها

9 

قصص تم إنتاجها وبيتها للوصول إلى أكثر من 6 ملايين مشاهد

3.4  مليون

مشاهدة فيديو

14.3  مليون

ظهور

22  ألف



التكامل الإبداعي

ومن الآن فصاعداً، نبحث عن طرق مبتكرة لدمج الحفاوة السعودية بشكل أكثر حرفية في رحلة السائح كجزء من الطريقة التي تطور بها التجارب ونساعد في خلق لحظات لا تنسى وقصص تروى.

كما أننا أيضاً نستكشف التكامل الإبداعي في المحتوى في تجارب التطوير مع وضع ثلاثة جماهير في الاعتبار:



العاملين
في الصفوف
الأمامية

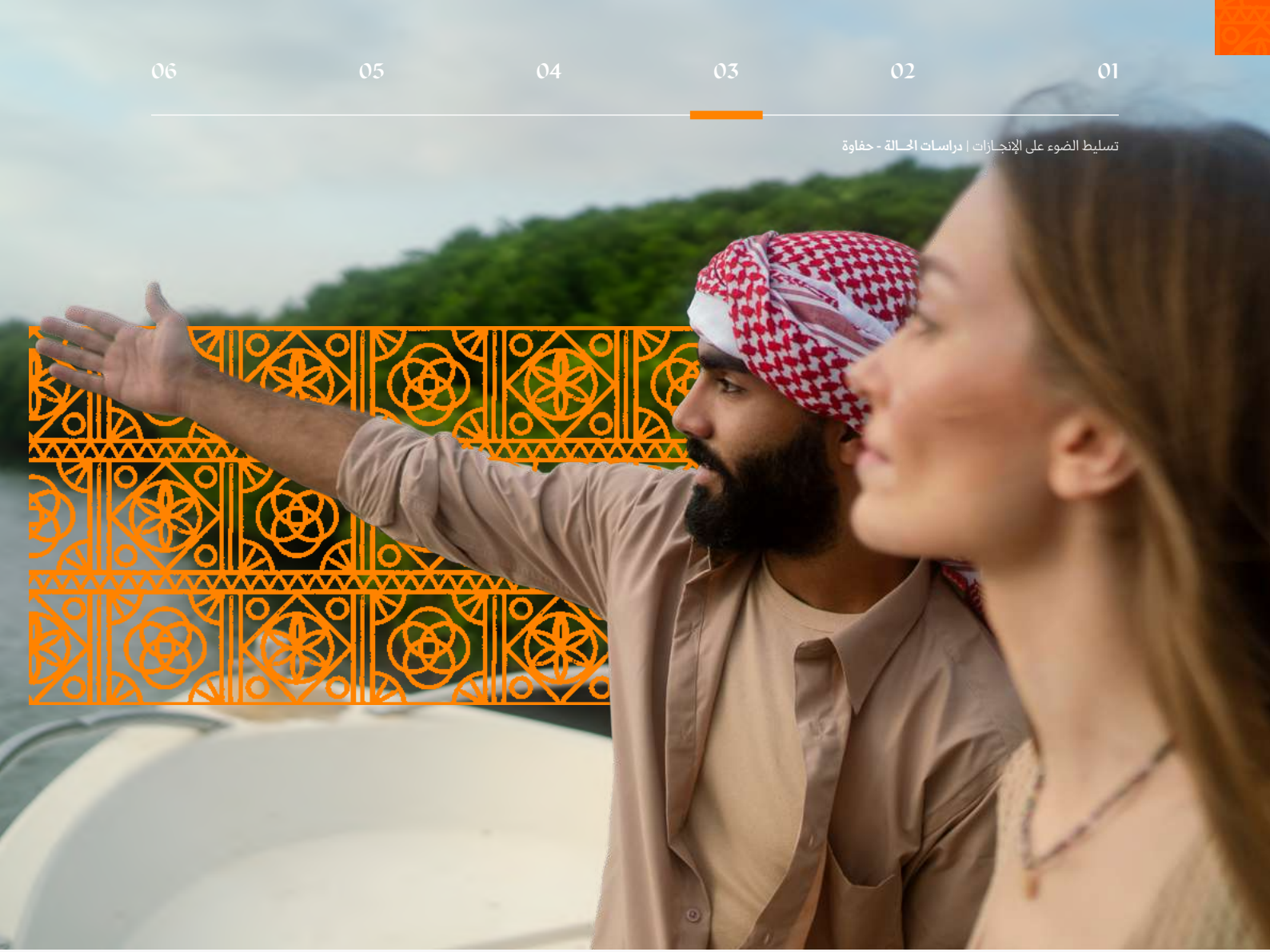


السياح



الشعب
السعودي





تحفيز منظومة السياحة

وهذا جزء من مبادرة استراتيجية طويلة الأمد، ولا زلنا في البداية، إذ شهدنا ارتفاعاً في ردود الفعل على الإنترنت حول الترحيب السعودي، كما نشهد أيضاً تأييداً تطوعياً بين أولئك الذين يزورون المملكة بتعبيرهم عن اندعاشهم من لطف وحفاوة وكرم الشعب السعودي.

تقود الهيئة هذه المبادرة وتعمل مع كامل منظومة السياحة السعودية لتعزيز الحفاوة السعودية، مع سعيها لترسيخ تلك المفاهيم في منظومة السياحة بأكملها، بدءاً من شركات الطيران الوطنية وحتى العلامات التجارية الفندقية العالمية، كما يقوم نجاحها على تحفيز كافة الجهات في المنظومة للمشاركة في خلق لحظات مميزة ترسخ الحفاوة السعودية وتقديم تجربة استثنائية لا تُنسى تدفع السياح للعودة مرة أخرى.

04

نظرة مستقبلية



نظرة مستقبلية

الفرص والعوامل المساعدة على تحقيقها

وإمكانات الفئات، وتطوير الشراكات والمنتجات وفقاً لذلك، كما سنعمل مع منظمات إدارة الوجهات السياحية (DMOs) على تسريع إنشاء المزيد من التجارب التي تنقشنا وسد فجوات الخبرة والجودة، وسيعتمد هذا على قدرة شركات إدارة الوجهات على إنجاز أعمالها بأقل قدر من التأخير.

إن الاستمرار في تحسين الربط من خلال الشراكات مع شركات الطيران في أوروبا وآسيا سيسهم في تسهيل الوصول للوجهات، ويجعلها أكثر جاذبية حتى في الإجازات القصيرة من الدول التي تبعد أقل من ست ساعات، إلى جانب النشاط المتزايد والدروس المستفادة من العام الماضي، نتطلع إلى تكرار الأنشطة التي حققت نتائج مميزة كتفعيل طيران ويز في إيطاليا.

وبينما نتطلع إلى الأحداث الكبرى القادمة مثل دورة الألعاب الآسيوية الشتوية 2029 في تروجينا، ونيوم، ومعرض إكسبو 2030 في الرياض، هناك الكثير من الأسباب التي تدفع الناس لزيارة السعودية لأغراض ترفيهية.

والجدير بالذكر أن الفرص المتاحة للاغتنام، وستستمر الهيئة في الترويج للوجهة وتوزيع المنتج وتحديد الفجوات والخبرات المفقودة أو التي تحتاج إلى تعزيز حتى نتمكن من تلبية أهداف الزيارة والإنفاق الطموحة.

في ظل هذا القطاع النابض بالحياة، يتحتم على الهيئة اغتنام مجموعة الفرص المتاحة أمامها وترتيبها حسب الأولوية بناءً على المعايير الرئيسية التي تؤثر على مؤشرات الأداء الرئيسية لديها:



صافي نقاط الترويج



الإنفاق



الزيارات

توجد بعض الفرص للربح السريع التي تؤثر على احتياجات الهيئة على المدى القصير، وستؤدي الإدارة الصحيحة والتعاون إلى نتائج أسرع من المتوقع، ويشمل ذلك توسيع منتجات التأشيرة، وتخفيض رسومها، وإدراج المزيد من البلدان المؤهلة للحصول على التأشيرة الإلكترونية، خاصة في الأسواق ذات الحجم الكبير مثل الصين، وتركيا، ومصر، والهند.

على المدى المتوسط، سيكون الانتهاء من الشراكات التجارية الرئيسية و94 شركة لإدارة الوجهات وتفعيلها أمراً أساسياً للنجاح في ضبط الدقيق لحملات التحويل، وتقديم المزيد من المنتجات والتجارب، والاستفادة من الاتفاقيات التي أبرمتها الهيئة مع عوامل تمكين التقنية للوفاء بهذا الوعد.

تعد زيادة الخيارات واعتماد نهج النشاط لفهم حاجة السياح للقدوم إلى المملكة أمراً حيوياً إذ يساعد الهيئة على فهم حجم، وموقع،

05

مجلس الإدارة



عن الهيئة مجلس الإدارة

معالي الأستاذ أحمد بن عقيل الخطيب

رئيس مجلس الإدارة

وزير السياحة.

رئيس مجلس إدارة برنامج جودة الحياة.

رئيس مجلس إدارة صندوق التنمية السياحي.



الأستاذة إيدي رودريجز

عضو مجلس الإدارة

الرئيس التنفيذي السابق - صناعة الرحلات البحرية العالمية.

عضو مجلس الإدارة سابقاً في مركز المخاطر والأمن العالمي، مجموعة شركات (RAND).

خبرات واسعة في المبيعات والتسويق، والتسويق الرقمي وقنوات الاتصال والتوزيع لإدارة التنفيذية.



عن الهيئة مجلس الإدارة

الأستاذ مازن الرميح

عضو مجلس الإدارة

الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس لشركة
جيل المستقبل للاستثمار.

خبير في مجال الاستثمار المصرفي وأسواق
المال والتطوير التنظيمي.



الأستاذ فهد بن محمد حميد الدين

الرئيس التنفيذي وعضو مجلس الإدارة

المشرف العام السابق على الاستثمار
والاستراتيجية والتسويق في وزارة السياحة.



عن الهيئة مجلس الإدارة

الأستاذ عبدالله الرويس

عضو مجلس الإدارة

الرئيس التنفيذي للمراجعة الداخلية في شركة موبايلي.

خبرة واسعة في مجالات الحوكمة والتدقيق الداخلي وممارسات الرقابة الداخلية والتمويل وتقنية المعلومات.



الأستاذ راندي جارفيلد

عضو مجلس الإدارة

الرئيس السابق لشركة (Walt Disney Travel)

نائب الرئيس التنفيذي السابق للمبيعات العالمية وعمليات الرحلات لوجهات ديزني.



عن الهيئة مجلس الإدارة

معالي المستشار غلوريا جيفارا

عضو مجلس الإدارة

وزيرة السياحة السابقة للمكسيك ورئيسة
مجلس إدارة مجلس السياحة المكسيكي.

الرئيسة التنفيذية ورئيسة المجلس العالمي
للسفر والسياحة سابقاً.



الأستاذ جيرارد ج. إنزيريلو

عضو مجلس الإدارة

الرئيس التنفيذي لهيئة تطوير بوابة الدرعية.

نائب رئيس مجلس الإدارة (Forbes Travel Guide).



06

الختامة



في الختام

بالتعاون مع أصحاب المصلحة المعنيين، تتنأ أول الهيئة الجوانب الرئيسية، بدءاً من تطوير التدابير الصديقة للسياح وزيادة الطرق الجوية المباشرة، إلى سد فجوات الإقامة، وتعزيز التجربة السياحية الشاملة. وتهدف الهيئة إلى المساهمة بشكل كبير في تعزيز سمعة المملكة كوجهة عالمية، حيث لا تؤكد على تراثها وثقافتها الغنية فحسب، بل تؤكد أيضاً على مبادئ "الحفاوة" - الضيافة التي تتضمن الأصالة، والكرم، والترحيب الحار المقدم للسياح.

ترحب السعودية بالعالم بحفاوة، وتدعو المسافرين لاستكشاف معالمها المتنوعة، وصنع ذكريات تدوم للأبد. كما تستعد لتزويد السياح من جميع أنحاء العالم بتجارب أصيلة لا تُنسى؛ بل ستبقى في ذكراهم دائماً.

منذ تأسيسها في مارس 2020، أظهرت الهيئة تفانياً غير مسبوق في رعاية قطاع السياحة في المملكة، والاحتفاء بالتراث الغني للدولة، والكنوز الأثرية، والتنوع المناخي والبيئي، والعجائب الطبيعية.

كما عملت الهيئة بشكل تعاوني عبر المنظومة السياحية، مع الاعتراف بالدور المحوري الذي نلعبه بشكل جماعي في دعم وتنويع الاقتصاد الوطني مع توفير فرص عمل هادفة للمواطنين السعوديين. وعلى الرغم من التحديات التي تواجه وجهة ناشئة، بالتنسيق مع شركائها، تسرع الهيئة نمو السياحة، مما يجعل المملكة وجهة سياحية عالمية لا بد من زيارتها.

تهدف جهود الهيئة المستمرة في التسويق، والترويج، والتوزيع إلى رفع الوعي العالمي بالهوية الفريدة للمملكة، وتعزيز مكانة الوطن على المسرح العالمي، من خلال التركيز على تعزيز تجربة العمرة، وإدخال منصات مبتكرة، وتنفيذ حملات تسويقية استراتيجية. تجسد الهيئة التزامها بتحقيق أهداف رؤية السعودية 2030 من خلال التخطيط الاستراتيجي والتنفيذ الفعال، كما تتعاون الهيئة مع أكثر من 50 جهة مرتبطة بالسياحة، وتسعى جاهدة لتسريع معدل النمو السنوي للسياح.

SAUDI الهيئة
TOURISM السعودية
AUTHORITY للسياحة

