



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

قياس وإدارة رضا العملاء

فكرة الدورة

أصبح رضا العملاء من **المؤشرات** المحورية التي تعكس جودة الخدمة، ووضوح الإجراءات، وقدرة **المؤسسة** على الاستجابة لتوقعات المستفيدين. ولم يعد قياس الرضا نشاطاً منفصلاً أو موسميًا، بل أصبح عملية إدارية مستمرة تعتمد على جمع البيانات، وتحليل الملاحظات، وربط النتائج بمبادرات تحسين قابلة للتنفيذ. وتحتاج المؤسسات الخدمية إلى منهج منظم يوازن بين **المؤشرات** الكمية مثل CSAT وNPS وCES، وبين القراءة النوعية لصوت العميل وسلوكه عبر نقاط التفاعل المختلفة. يقدم هذا البرنامج من AINFCT إطاراً تدريبياً عملياً يساعد المشاركين على تصميم آليات قياس رضا العملاء، وتحليل النتائج، وإدارة خطط التحسين بصورة مهنية. ويركز البرنامج على تحويل بيانات الرضا إلى قرارات واضحة، بما يمنح **المؤسسة** رؤية أكثر دقة لأولويات الخدمة وفرص التطوير.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل مفاهيم رضا العملاء ومؤشرات قياسه.

- تصميم أدوات فعالة لجمع صوت العميل.
- تطبيق مؤشرات CSAT و NPS و CES بوضوح.
- تفسير نتائج القياس وتحديد فجوات الخدمة.
- إعداد خطط تحسين مبنية على البيانات.
- متابعة أثر التحسين على تجربة العميل.

منهجية الدورة

- شرح تفاعلي للمفاهيم المرتبطة بقياس رضا العملاء.
- تمارين عملية على تصميم الاستبيانات ومؤشرات القياس.
- دراسة حالات خدمية لتحليل نتائج الرضا.
- تطبيقات جماعية لتحويل النتائج إلى خطط تحسين.
- نقاشات موجهة حول تحديات القياس والمتابعة.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز نضج المؤسسة في إدارة رضا العملاء من خلال:
- رفع دقة قرارات تحسين الخدمة.
 - تقليل الفجوات بين التوقعات والأداء.
 - تعزيز ثقة العملاء في المؤسسة.
 - تحسين أولويات الاستثمار في التجربة.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على التعامل المنهجي مع نتائج الرضا من خلال:

- امتلاك أدوات عملية لقياس الرضا.
- قراءة نتائج الاستبيانات بثقة.
- تحويل الملاحظات إلى إجراءات تحسين.
- التواصل بفاعلية حول نتائج العمل.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في الأدوار المرتبطة بخدمة العملاء والجودة وتحسين التجربة. كما يفيد المشرفين والموظفين الذين يحتاجون إلى فهم عملي لقياس الرضا وإدارة نتائجه.

- موظفو ومشرفو خدمة العملاء.
- مسؤولو علاقات العملاء وتجربة العميل.
- العاملون في مراكز الاتصال وقنوات التواصل.
- منسقو الجودة والتميز المؤسسي.
- المديرون الإداريون في الوحدات الخدمية.

اليوم الأول: مفاهيم رضا العملاء وأهميته المؤسسية

- مفهوم رضا العملاء وعلاقته بجودة الخدمة.
- الفرق بين الرضا والولاء وتجربة العميل.
- توقعات العملاء ومحددات الانطباع الخدمي.
- مصادر الرضا وعدم الرضا في الخدمات.
- دور الثقافة الداخلية في رفع الرضا.

اليوم الثاني: أدوات جمع صوت العميل

- تصميم استبيانات رضا العملاء بوضوح.
- استخدام المقابلات والملاحظات وقنوات التواصل.
- جمع البيانات من الشكاوى والاقتراحات.
- اختيار العينة والتوقيت المناسب للقياس.
- ضمان جودة البيانات قبل تحليلها.

اليوم الثالث: مؤشرات قياس رضا العملاء

- استخدام مؤشر رضا العملاء CSAT.
- توظيف مؤشر صافي نقاط الترويج NPS.
- فهم مؤشر جهد العميل CES.
- قراءة الاتجاهات والفروقات بين **المؤشرات**.
- ربط **المؤشرات** بأهداف الخدمة المؤسسية.

اليوم الرابع: تحليل النتائج وتحديد فجوات الخدمة

- تصنيف نتائج الرضا حسب القنوات والخدمات.
- تحليل أسباب انخفاض الرضا المتكرر.
- استخدام خرائط رحلة العميل في التشخيص.

- ترتيب الفجوات حسب الأثر والأولوية.
- إعداد تقارير تنفيذية لنتائج الرضا.

اليوم الخامس: إدارة التحسين والمتابعة المستمرة

- تحويل نتائج القياس إلى مبادرات تحسين.
- تحديد المسؤوليات ومؤشرات المتابعة.
- بناء دورة مراجعة دورية لرضا العملاء.
- متابعة أثر التحسين على **المؤشرات**.
- ترسيخ التعلم المؤسسي من صوت العميل.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. يتضمن كل يوم مزيجاً من العرض التفاعلي، والنقاشات الموجهة، والتمارين التطبيقية، ودراسة الحالات، مع تخصيص وقت لمراجعة المفاهيم وربطها ببيئة العمل. ويتم توزيع الأنشطة بما يدعم الانتقال التدريجي من فهم مفاهيم الرضا إلى قياسه وتحليل نتائجه وإدارة التحسين المستمر.

course_assessment

يعتمد التقييم على المشاركة الفاعلة في النقاشات، وتنفيذ التمارين التطبيقية، وتحليل الحالات المرتبطة بقياس رضا العملاء، إضافة إلى إعداد مخرجات عملية تعكس فهم المشاركين للمؤشرات وأدوات التحسين. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة من AINFCT وفق متطلبات الحضور والمشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- قياس رضا العملاء.
- تحليل صوت العميل.
- تصميم أدوات الاستبيان.
- تفسير مؤشرات الخدمة.
- إدارة خطط التحسين.
- إعداد تقارير الرضا.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com