



تقارير صوت العميل

الربع الثاني من عام 2022



يتم قياس تجربة العميل من خلال عدة أدوات ومعايير محددة لدعم اتخاذ القرارات

أدوات القياس



مجموعات التركيز

(لفهم طبيعة الرحلات من منظور العملاء أو فهم مشكلة معينة)

معرفة التحديات والمشاعر والتصورات والأفكار لدى العملاء وتحديد فرص التحسين



العميل الخفي

(للتحقق من الامتثال لمعيار الخدمة)

تقييم مدى امتثالها لمعايير الخدمة، والتحقق من الفجوات في إجراءات تقديمها الخدمة



الإستبيانات

(مبدانية – هاتفية – إلكترونية)

أسئلة محددة تهدف إلى قياس تجربة العميل

الأداة المستخدمة حالياً

معايير الرضا عن الخدمات

المخرجات



النظام/الموقع الإلكتروني



الموظفين



السرعة



المكان



الإجراءات



تحديد حجم العينة لأداة الاستبيانات (1-2)



في هذه الخطوة، يتم تحديد حجم العينة بمجرد اختيار طريقة جمع العينات. وتتركز هذه الخطوة على ضمان أن عينة العملاء الذين تم اختيارهم لإجراء الاستبيان، يمثلون المجتمع الإحصائي الذي يتم استطلاع آرائه.



ويُحدد حجم العينة باستخدام صيغة تعتمد على ثلاثة عوامل :

عوامل تحديد حجم العينة



حجم المجتمع الإحصائي

الحجم التقديري للمجتمع الإحصائي للمستخدمين الخاضع للتقييم يؤثر بشكل طردي على حجم العينة إلى مستوى محدد وبعدها يقل التأثير على حجم العينة

يعتمد على الخدمة



مستوى الثقة

يشير ذلك إلى النسبة المئوية للثقة في مؤشر الرضا

مستوى الثقة المطلوب : 95%



هامش الخطأ

النسبة المئوية للخطأ المقدر والذي يختلف فيه مستوى رضا المجتمع الإحصائي الفعلي عن مستوى الرضا الوارد في التقارير استنادًا إلى العينة

هامش الخطأ المسموح : 5 إلى 10%

تحديد حجم العينة لأداة الاستبيانات (2-2)



هناك اعتباران أساسيان عند تحديد حجم العينة لاستبيان معين :

- جمع عينة من مجتمع إحصائي مفرد: عندما لا يتضمن المجتمع الإحصائي الذي يتم أخذ عينات منه أي مجموعات فرعية أخرى. وتفترض هذه الطريقة أن مؤشر الرضا لن يختلف بشكل كبير داخل نفس المجتمع الإحصائي. والمعيار الواجب اتباعه في هذه الحالة هو هامش خطأ بنسبة 5% ومستوى ثقة بنسبة 95%

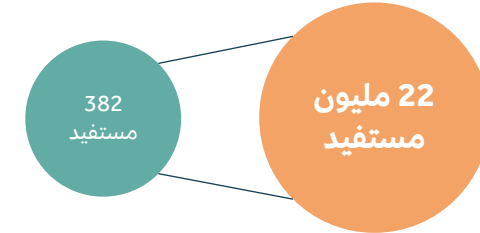
بالنسبة إلى هامش خطأ بنسبة 5% ومستوى ثقة بنسبة 95% ، يلزم أن يكون حجم العينة **384** مشاركاً على الأقل



مثال - قياس مدى رضا العملاء عن إصدار بطاقة الهوية الوطنية :

حجم المجتمع الإحصائي حجم العينة

لقياس مدى رضا العملاء عن خدمة إصدار بطاقة الهوية الوطنية، يتم تحديد حجم السكان (حوالي 22 مليون نسمة) . وبتحديد هامش الخطأ بنسبة 5% ومستوى الثقة بنسبة 95% ، يكون حجم العينة 384 فرداً .



- جمع عينة من مجتمع إحصائي فرعي: عندما يشمل المجتمع الإحصائي الذي يتم أخذ العينات منه مجموعات فرعية ينبغي إعداد تقارير حولها، يكون الحد الأقصى لهامش الخطأ 10%، ونفس مستوى الثقة البالغ 95%.

الحد الأدنى لحجم العينة لكل مجتمع إحصائي فرعي هو **96** مشاركاً، مع هامش خطأ بنسبة 10% ومستوى ثقة بنسبة 95%



تم تصميم الاستبيان على 3 مستويات بحسب المنهجية المتبعة لدى:
المركز الوطني لقياس أداء الأجهزة العامة " أداء "

مستويات التقييم

المستوى الأول

وهو المستوى الذي يتم من خلاله احتساب
مؤشر مستوى الرضا العام

الرضا عن التجربة بشكلٍ عام



المستوى الثاني تقييم المعايير الأساسية

يتم طرح أسئلة المستوى الثاني لنتمكن من قياس
الرضا عن معايير الأساسية في التجربة

الرضا عن المكان

الرضا عن جودة
المخرجات

الرضا عن السرعة

الرضا عن كفاءة وفعالية
الموقع الإلكتروني

الرضا عن الموظفين

الرضا عن الإجراءات

في حال الإجابة 3 أو اقل يتم الانتقال للمستوى الثالث
(يتم فقط تقييم المعايير التي يكون تقييمها 3 او اقل في المستوى الثاني)

المستوى الثالث تقييم المعايير الفرعية

توضح أسباب انخفاض الرضا عن المعايير
الأساسية للقياس

يتم وضع معايير فرعية لكل معيار من المعايير الرئيسية بما يتناسب مع طبيعة الخدمة/ المنصة



CSAT - تقييم رضا العملاء

- مؤشر (CSAT) هو نسبة العملاء الذين تفوق تجربتهم في خدمة أو رحلة معينة توقعات الرضا المحددة
- ويستخدم عادةً مع مقياس ليكرت من 5 نقاط ويتم حسابه بقسمة عدد العملاء الذين يقيمون الخدمة بـ 4 و 5 على العدد الإجمالي للمشاركين

الإيضاح

طريقة احتساب المؤشر

تحتسب قيمة مؤشر الرضا بقسمة عدد المشاركين الذين يمنحون 4 أو 5 نقاط للخدمة على العدد الإجمالي للمشاركين

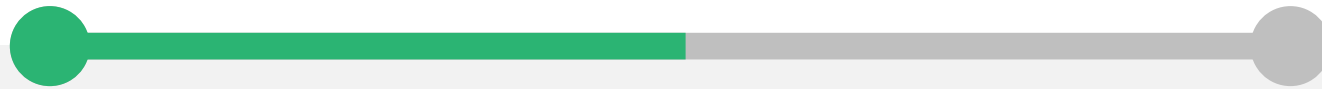
$$100 \times \frac{\text{5 راضي تماماً} + \text{4 راضي}}{\text{5 راضي تماماً} + \text{4 راضي} + \text{3 محايد} + \text{2 غير راضي} + \text{1 غير راضي على الإطلاق}} = \text{مؤشر الرضا}$$

تم تقدير نتيجة قياس الرضا وفق فئات نسبة الراضين التي تم تقسيمها الى أربع فئات ، بحيث يكون لكل فئة لون محدد حسب نسبة الراضين ، كما هو موضح في الشكل أدناه :

● مميّز (من 85% إلى 100%) ● عال (من 75% إلى 84%) ● متوسط (من 50% إلى 74%) ● منخفض (أقل من 50%)



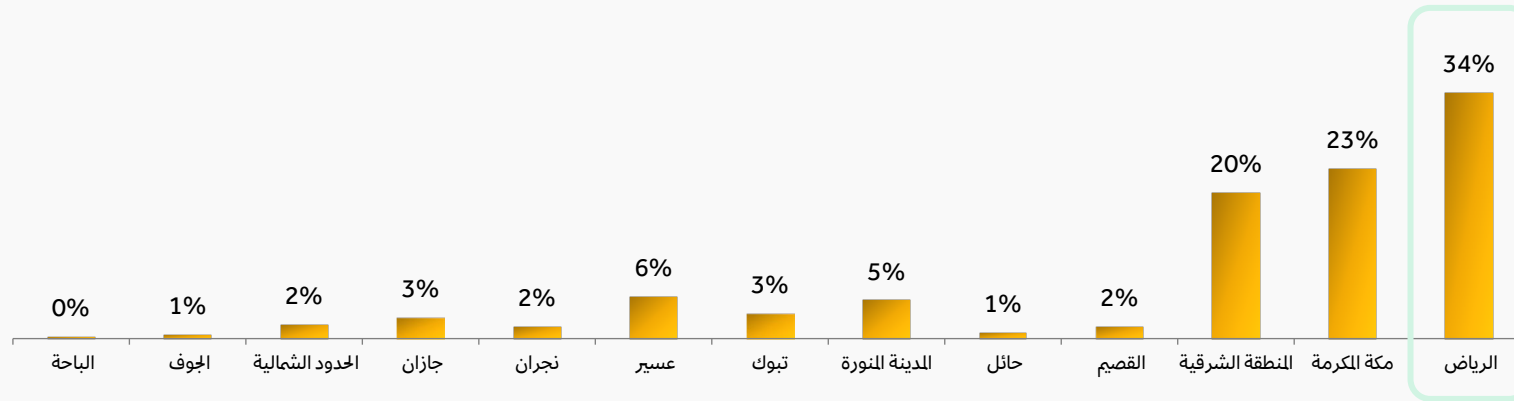
خدمة التسوية الودية عن بعد



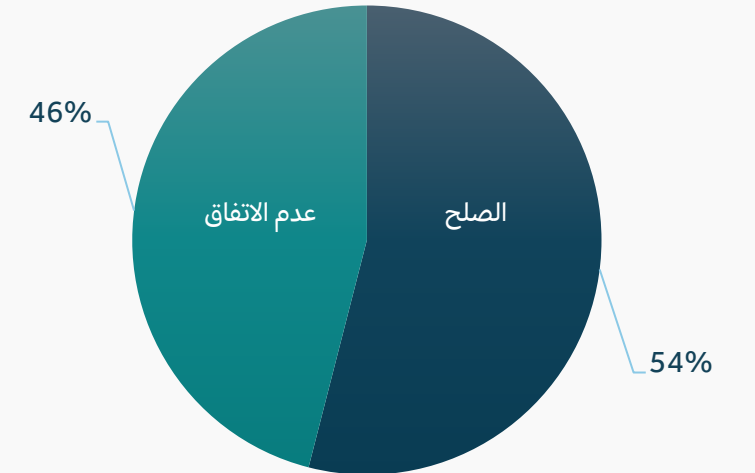
خصائص العينة الإحصائية المشاركة في الاستبيان



المنطقة التي تتبعها إدارة التسوية الودية
بالنسبة للمشاركين في الاستطلاع



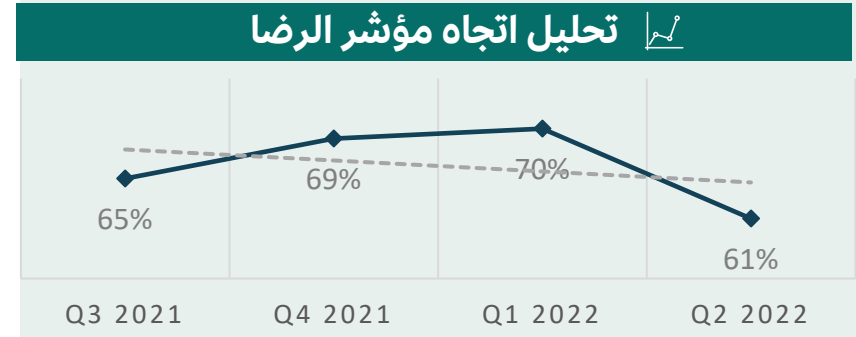
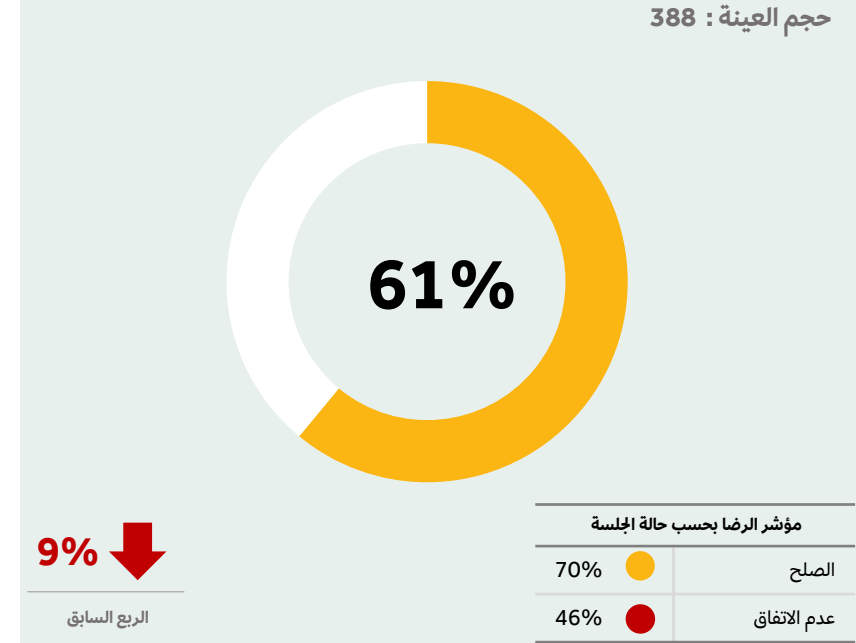
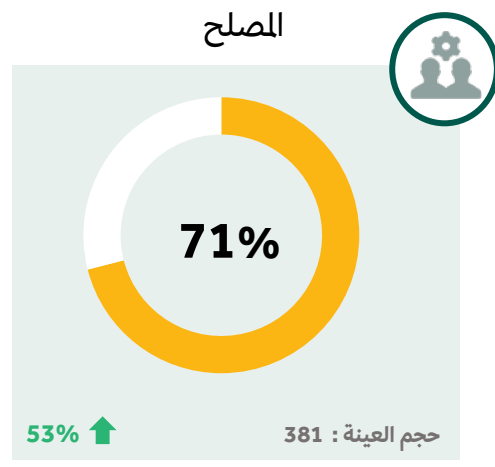
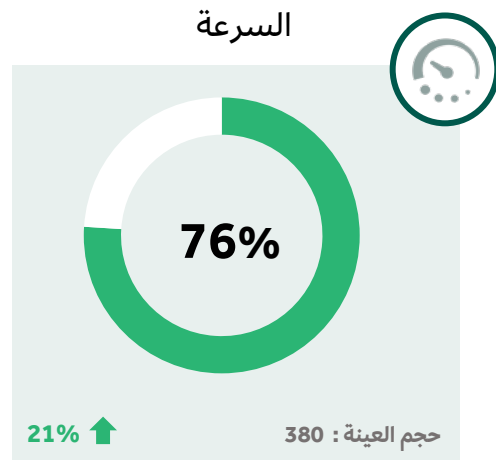
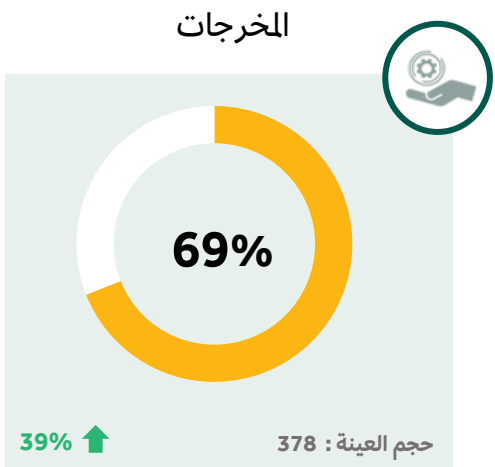
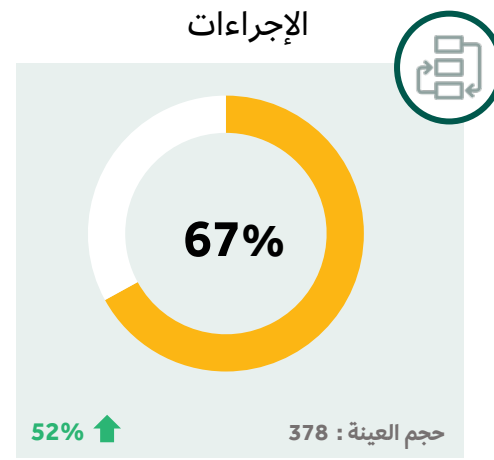
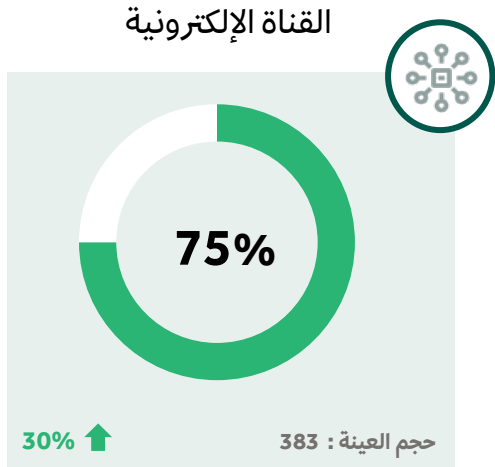
حالة إجراء الجلسة التي تم عقدها بالنسبة
لعينة المشاركين في الاستطلاع



** ملاحظة: يعود ارتفاع مؤشرات الرضا عن المعايير الأساسية بسبب إتاحة تقييم المستوى الثاني لجميع العملاء وعدم اقتصاره على العملاء الغير راضين فقط .

المستوى الثاني (مؤشرات المعايير الأساسية)

المستوى الأول (مؤشر الرضا العام)



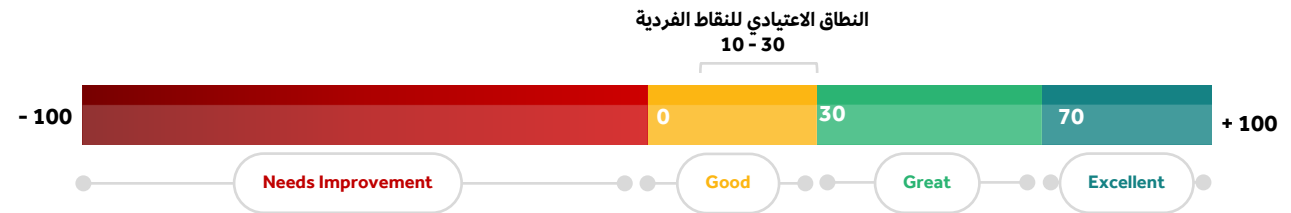
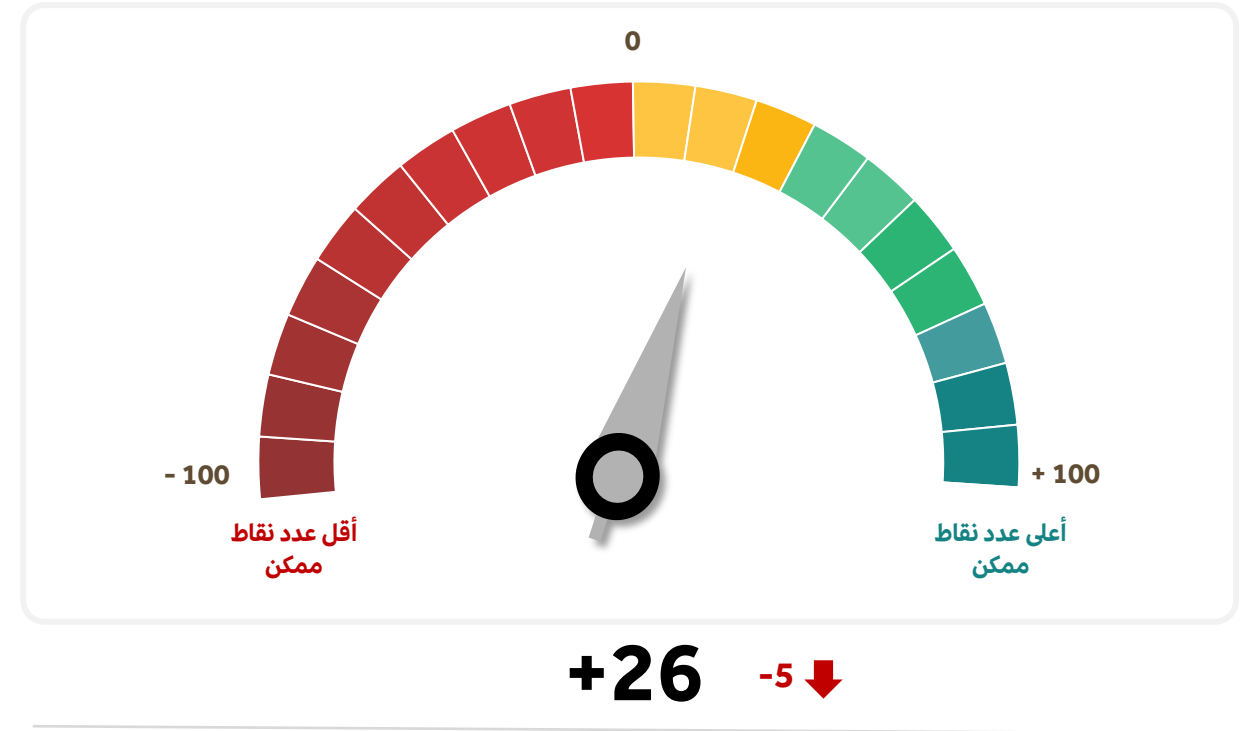
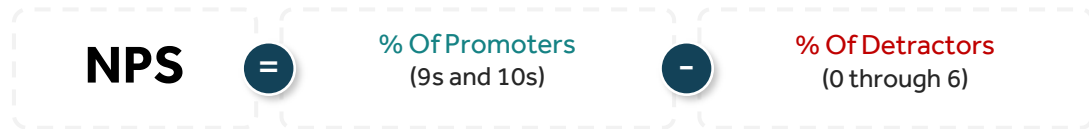
● مقيز (من 85% إلى 100%)
 ● عال (من 75% إلى 84%)
 ● متوسط (من 50% إلى 74%)
 ● منخفض (أقل من 50%)



المروجون : هم من يختارون قيمة تتراوح ما بين 9 إلى 10 درجات ويتصف هؤلاء بالرضا العالي عن المنتجات والخدمات ويعملون كمحامي الدفاع عن الجهة

السليبيون : وهم من يختارون قيمة تتراوح ما بين 7 إلى 8 درجات ويتصف هؤلاء بأنهم راضون نسبياً عن المنتجات أو الخدمات لكنهم ضعيفو الولاء

المحرصون : وهم من يختارون قيمة تتراوح ما بين 0 إلى 6 درجات ، ويتصف هؤلاء بأنهم غير راضين عن المنتجات والخدمات المقدمة ولا يكتفون بعدم التوصية بها، بل يعملون على الإساءة لسمعتها





خدمة التقديم على المعاش
الضمانى
عبر منصة الدعم والحماية
الاجتماعية

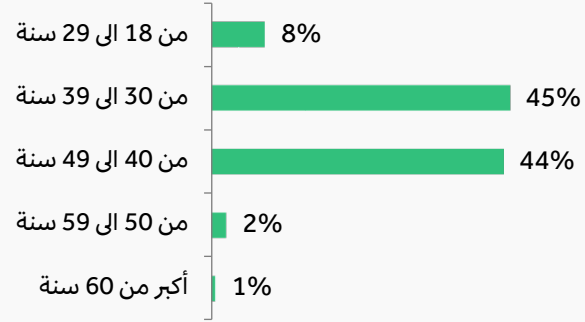


خصائص العينة الإحصائية المشاركة في الاستبيان



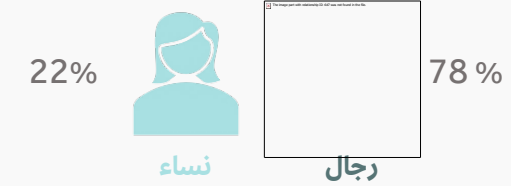
حجم العينة : 309

العينة المستجيبة للاستبيان بحسب العمر



حجم العينة : 305

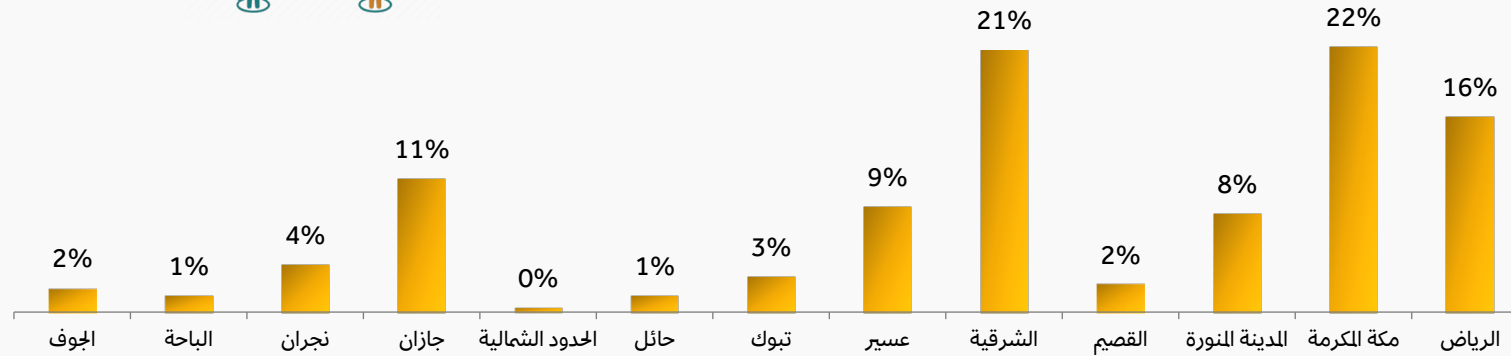
العينة المستجيبة للاستبيان بحسب الجنس



حجم العينة : 314



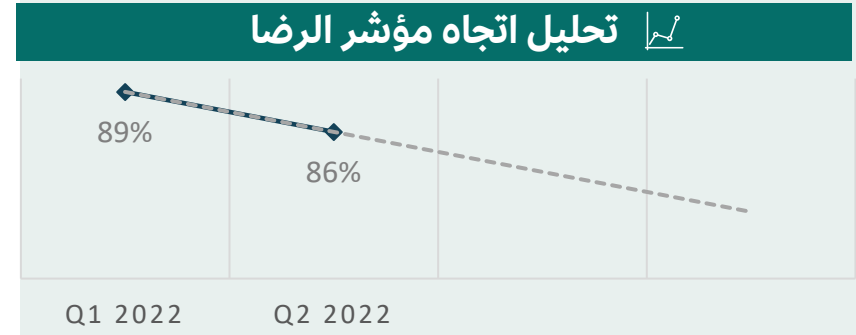
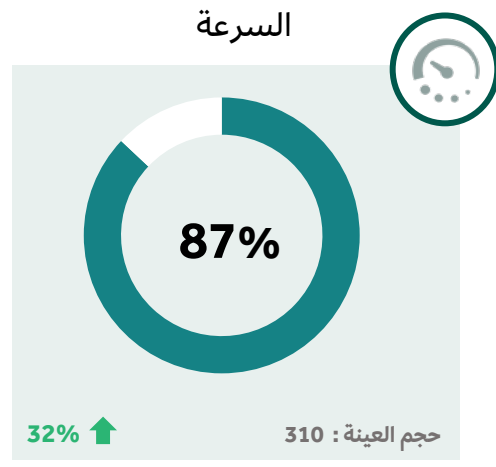
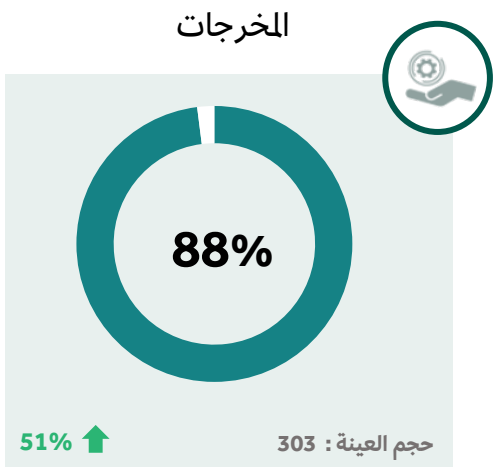
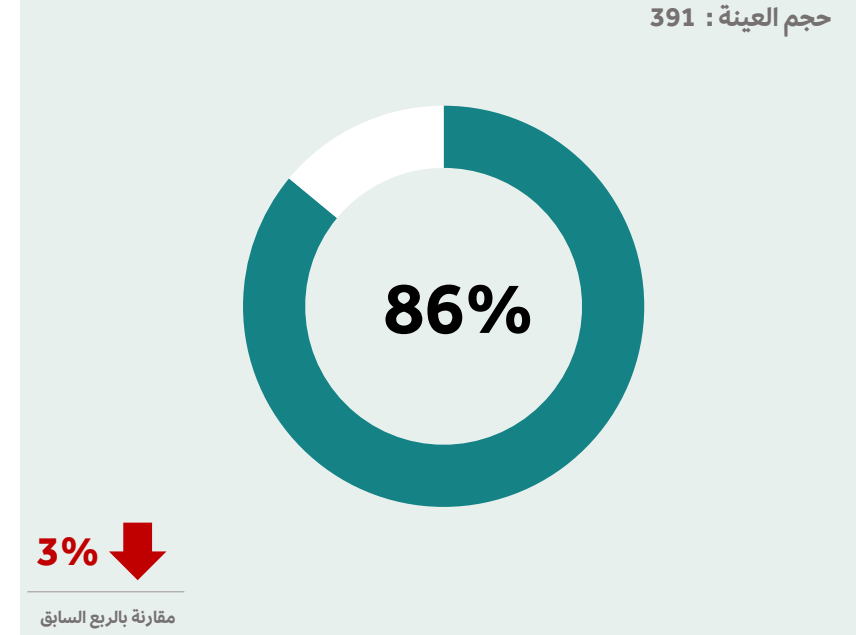
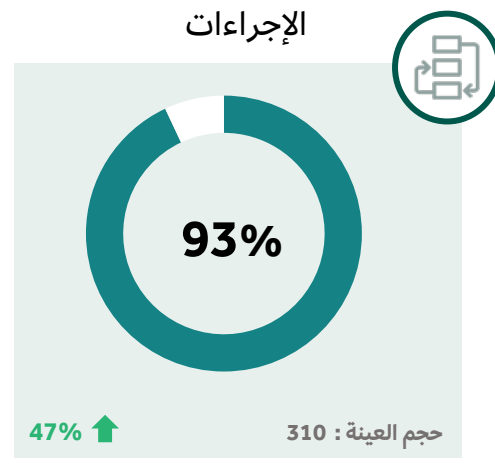
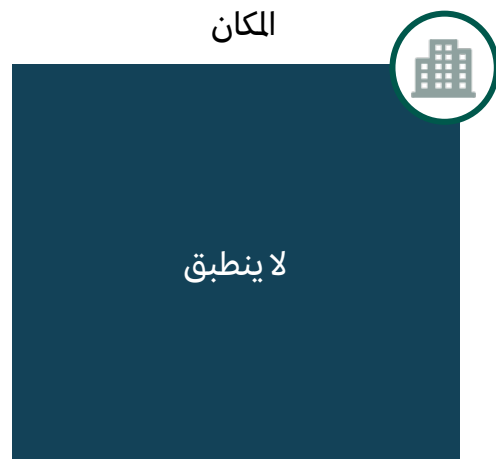
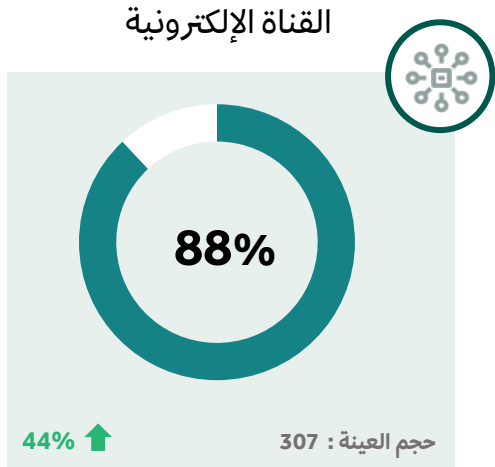
المنطقة



** ملاحظة: يعود ارتفاع مؤشرات الرضا عن المعايير الأساسية بسبب إتاحة تقييم المستوى الثاني لجميع العملاء وعدم اقتصاره على العملاء الغير راضين فقط .

المستوى الثاني (مؤشرات المعايير الأساسية) ▼

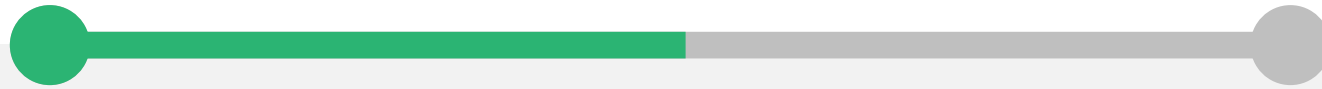
المستوى الأول (مؤشر الرضا العام) ▼



● مميز (من 85% إلى 100%)
 ● عال (من 75% إلى 84%)
 ● متوسط (من 50% إلى 74%)
 ● منخفض (أقل من 50%)



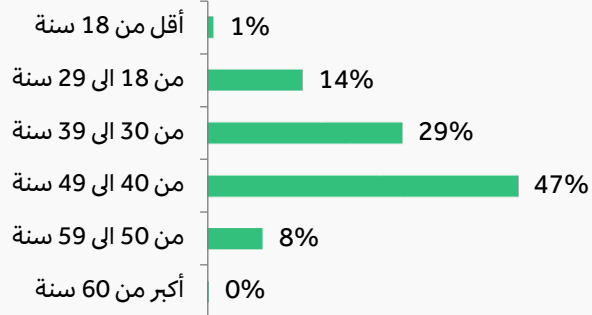
المنطة الوطنية للعمل التطوعي



خصائص العينة الإحصائية المشاركة في الاستبيان



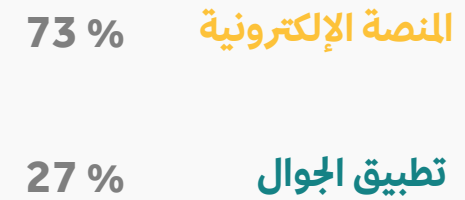
العينة المستجيبة للاستبيان بحسب العمر



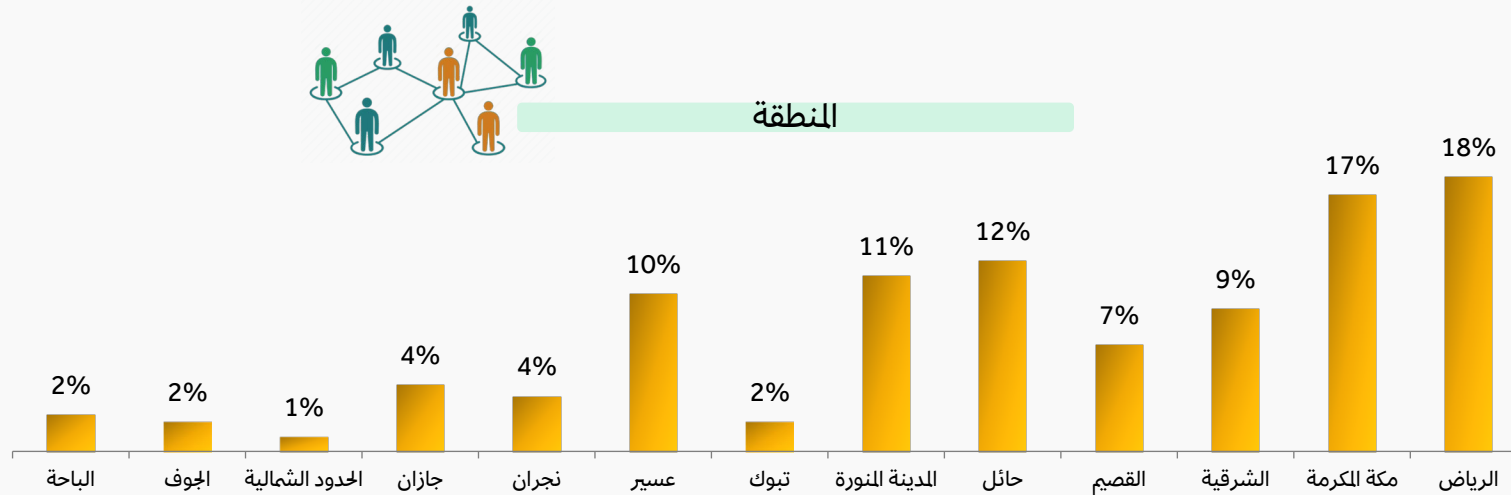
العينة المستجيبة للاستبيان بحسب الجنس



العينة المستجيبة للاستبيان بحسب القناة المستخدمة للتطوع



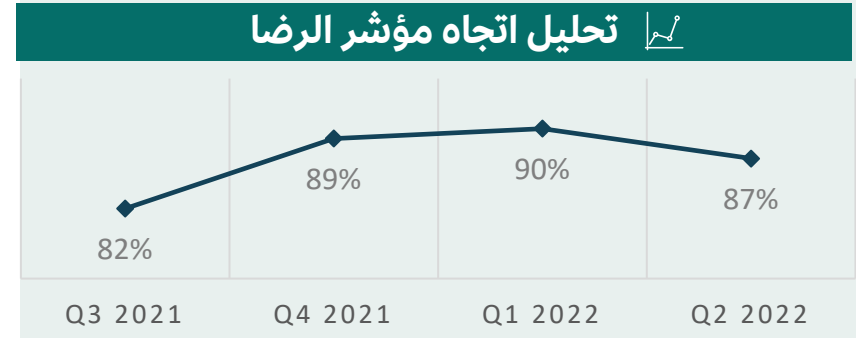
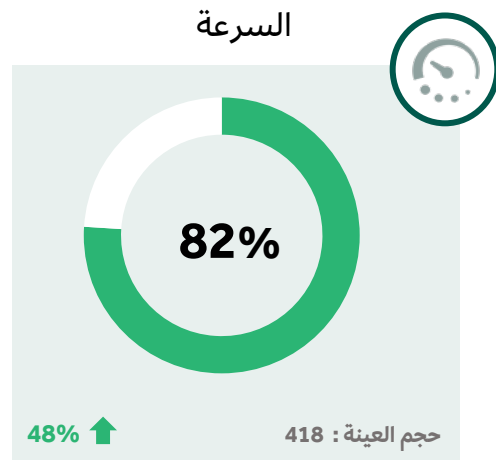
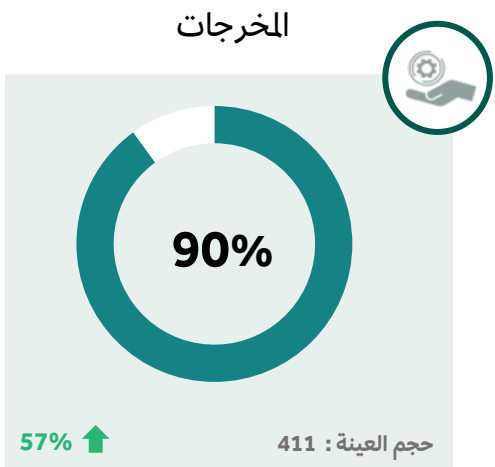
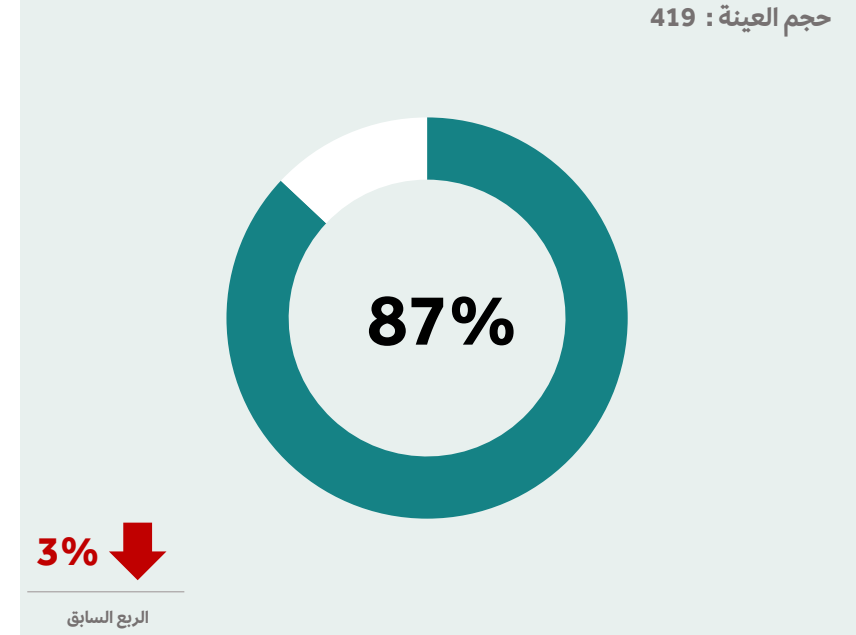
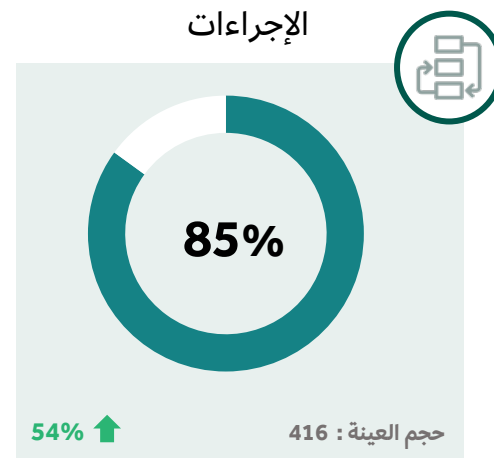
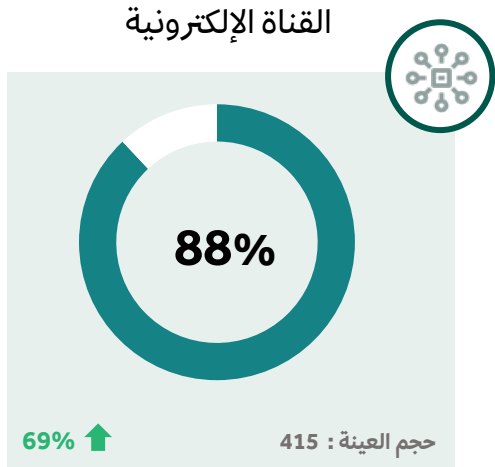
المنطقة



** ملاحظة: يعود ارتفاع مؤشرات الرضا عن المعايير الأساسية بسبب إتاحة تقييم المستوى الثاني لجميع العملاء وعدم اقتصاره على العملاء الغير راضين فقط .

(المستوى الثاني) مؤشرات المعايير الأساسية

(المستوى الأول) مؤشر الرضا العام



● مميز (من 85% إلى 100%)
 ● عال (من 75% إلى 84%)
 ● متوسط (من 50% إلى 74%)
 ● منخفض (أقل من 50%)



خدمة السيرة الذاتية عبر منصة مسار

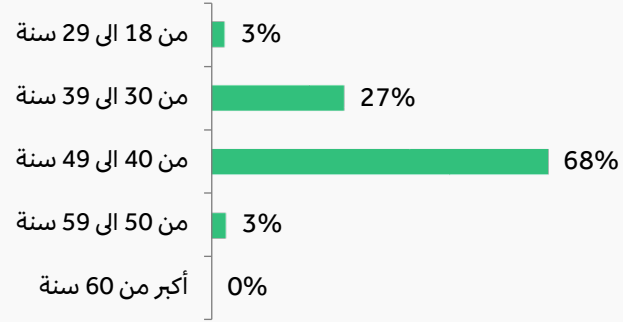


خصائص العينة الإحصائية المشاركة في الاستبيان



حجم العينة : 401

العينة المستجيبة للاستبيان بحسب العمر



حجم العينة : 388

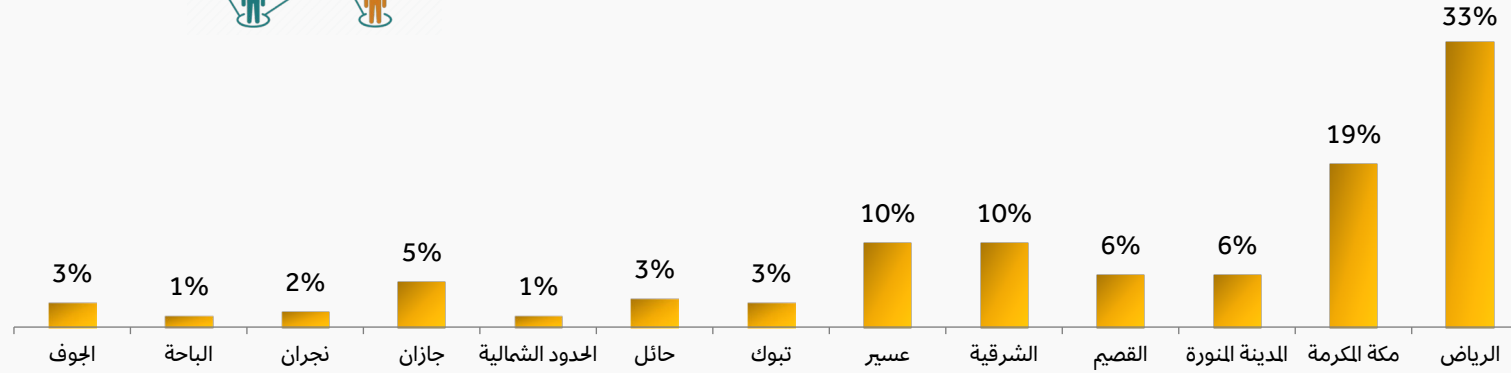
العينة المستجيبة للاستبيان بحسب الجنس



حجم العينة : 60



المنطقة



** ملاحظة : يعود ارتفاع مؤشرات الرضا عن المعايير الأساسية بسبب إتاحة تقييم المستوى الثاني لجميع العملاء وعدم اقتصاره على العملاء الغير راضين فقط .

(المستوى الثاني) مؤشرات المعايير الأساسية

(المستوى الأول) مؤشر الرضا العام

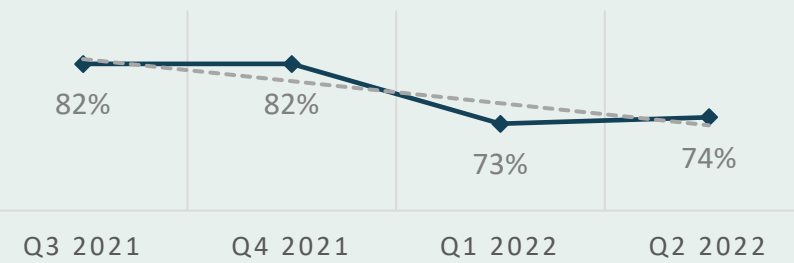
حجم العينة : 418

74%

1% ↑

مقارنة بالربع السابق

تحليل اتجاه مؤشر الرضا



القناة الإلكترونية

78%

53% ↑

حجم العينة : 394

المكان

لا ينطبق

الإجراءات

79%

65% ↑

حجم العينة : 395

المخرجات

76%

55% ↑

حجم العينة : 393

السرعة

74%

55% ↑

حجم العينة : 396

الموظف

لا ينطبق

● مميز (من 85% إلى 100%)
● عال (من 75% إلى 84%)
● متوسط (من 50% إلى 74%)
● منخفض (أقل من 50%)



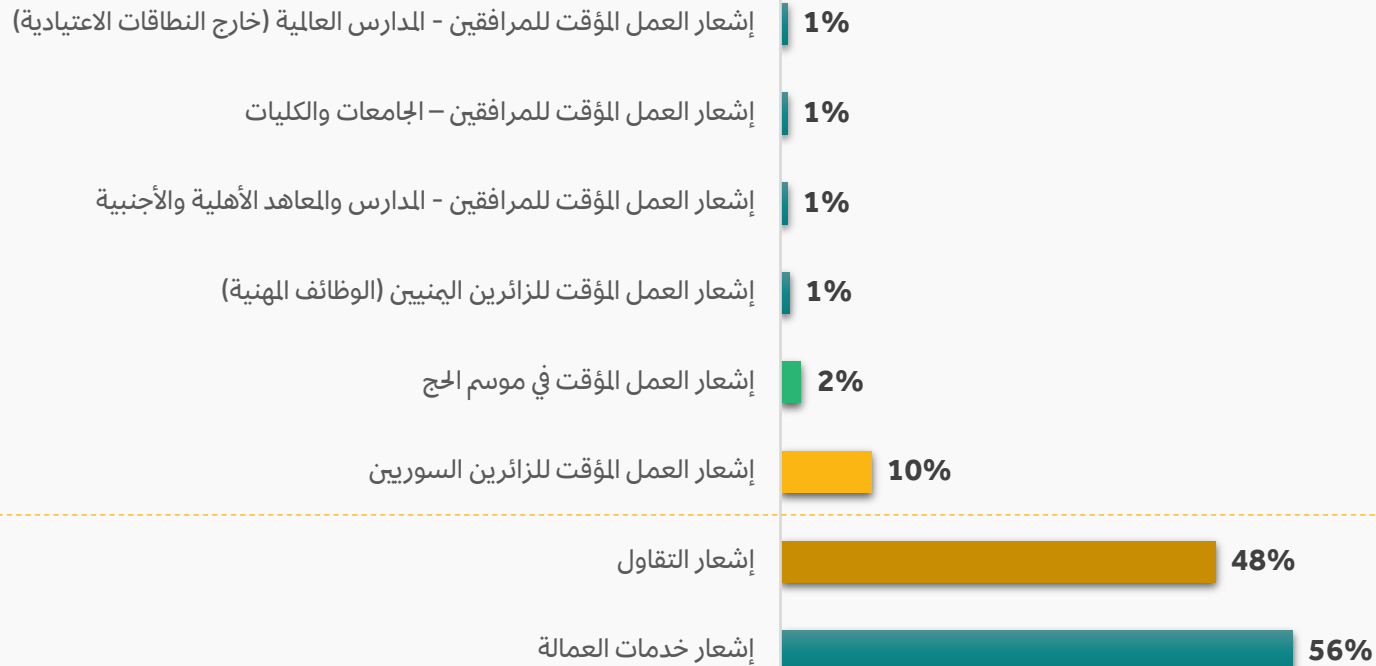
منطة أجير





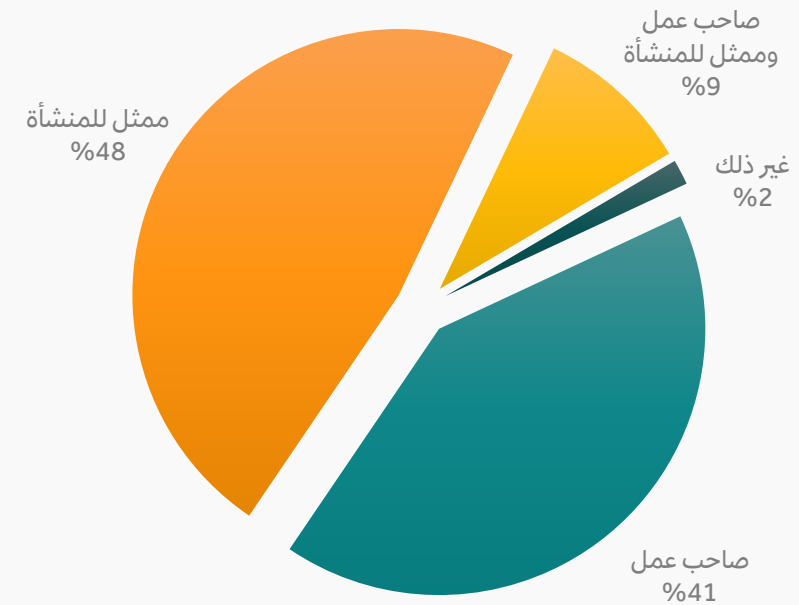
□ بإمكان المشارك تحديد عدة خيارات

إشعارات العمل المؤقت بحسب العينة المشاركة



حجم العينة : 391

صفة المشارك

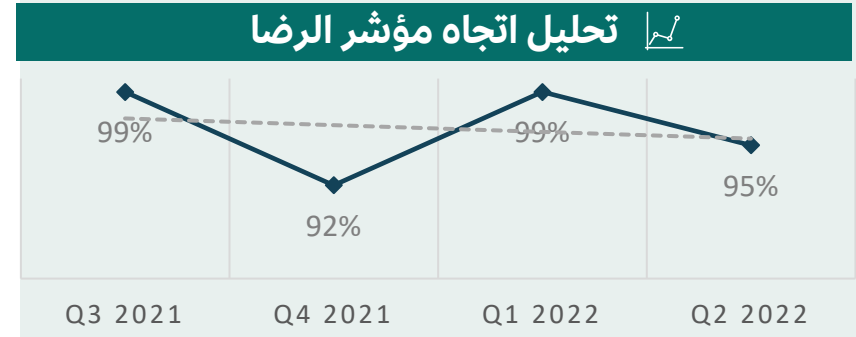
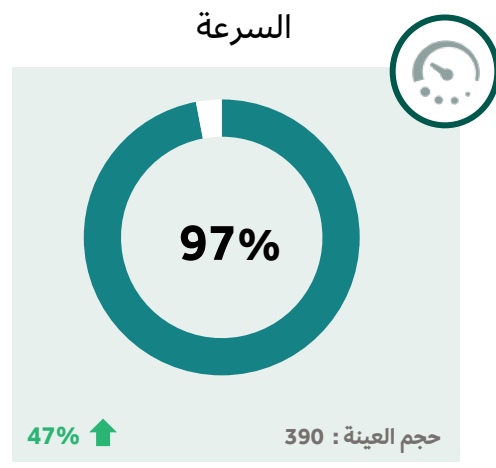
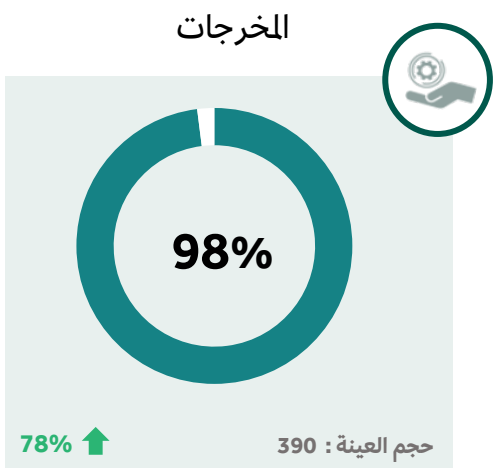
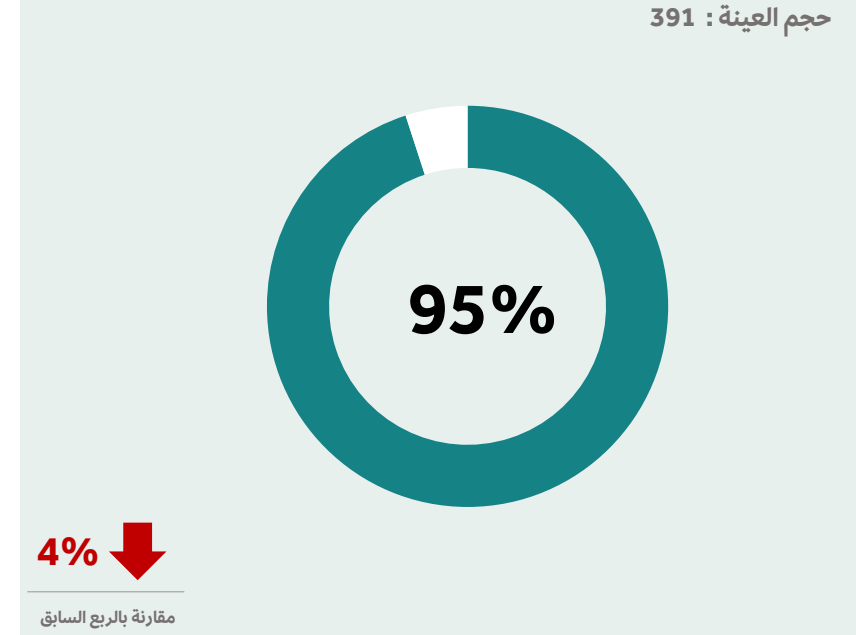
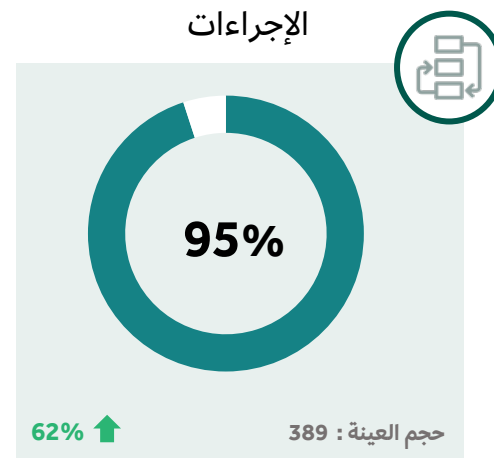
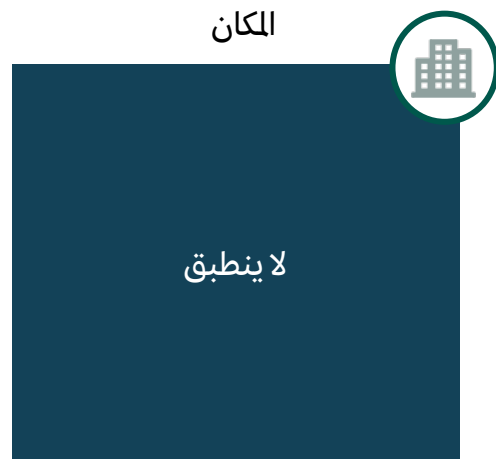
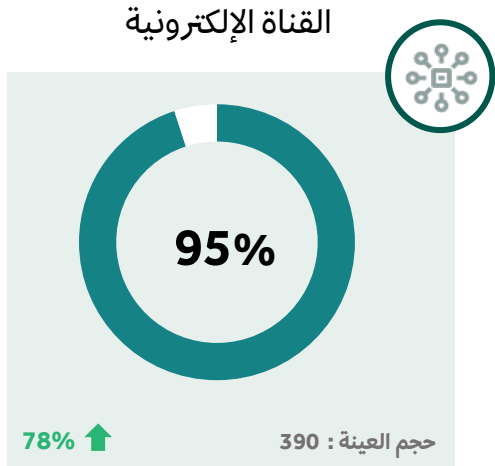


حجم العينة : 391

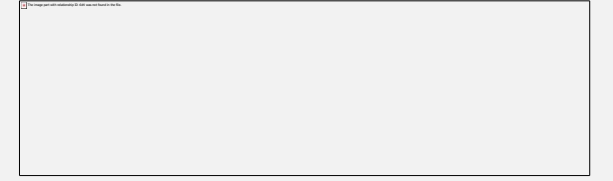
** ملاحظة : يعود ارتفاع مؤشرات الرضا عن المعايير الأساسية بسبب إتاحة تقييم المستوى الثاني لجميع العملاء وعدم اقتصاره على العملاء الغير راضين فقط .

المستوى الثاني (مؤشرات المعايير الأساسية) ▼

المستوى الأول (مؤشر الرضا العام) ▼



● مميز (من 85% إلى 100%)
 ● عال (من 75% إلى 84%)
 ● متوسط (من 50% إلى 74%)
 ● منخفض (أقل من 50%)



شكراً لكم