MERCURY

إستراتيجيات تطوير الخدمات وتحسين تجربة العملاء في التأمينات الاجتماعية

23 – 27 أغسطس 2027

لندن (المملكة المتحدة)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

إستراتيجيات تطوير الخدمات وتحسين تجربة العملاء في التأمينات الاجتماعية

المرجع: 190221_121113 **التاريخ:** 23 – 27 أغسطس 2027 **المكان:** لندن (المملكة المتحدة) **الرسوم:** Euro 5800

المقدمة:

تشهد مؤسسات التأمينات الاجتماعية في العصر الحديث ضغوطًا متزايدة لتطوير خدماتها وتحسين تجربة العملاء في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية. يتطلب ذلك اعتماد استراتيجيات متقدمة لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية، تعزيز رضا العملاء، وضمان استدامة ثقة المجتمع بالمؤسسة. تقدم هذه الدورة التدريبية إطارًا متكاملاً يجمع بين أحدث الممارسات العالمية والابتكارات العملية لتحسين الخدمات بشكل استراتيجي.

الفئات المستهدفة:

- مدراء إدارات الخدمات في مؤسسات التأمينات الاجتماعية.
- مسؤولو خدمة العملاء وتجربة العملاء.
- فرق الابتكار وتطوير الأعمال.
- المختصون في التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمات.
- محللو البيانات ومؤشرات الأداء في قطاع التأمينات.
- أصحاب القرار والمستشارون في القطاع الحكومي وشبه الحكومي.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- تمكين المشاركين من فهم عميق لمفهوم تجربة العميل في التأمينات الاجتماعية.
- تزويدهم بأدوات وأساليب متقدمة لقياس وتحليل رضا العملاء.
- تدريبهم على تصميم خدمات قائمة على التحليل الاحتياجي الفعلي.
- إكسابهم مهارات إدخال الابتكار وتحسين الخدمات القائمة.
- مساعدتهم على صياغة استراتيجيات تطوير خدمات تحقق ملاءمة أكبر لاحتياجات العملاء.
- رفع مستوى مؤشرات الأداء المرتبطة برضا العملاء.
- تمكينهم من تطبيق استراتيجيات ابتكارية في تطوير وتحسين الخدمات.
- تحليل بيئة عمل خدمات التأمينات الاجتماعية بدقة.
- تطبيق منهجيات قياس شاملة لتجربة العملاء وربطها بالمخرجات الفعلية.
- ابتكار وتصميم خدمات تلبي احتياجات العملاء الفعلية والمتغيرة.
- تحسين الخدمات القائمة باستخدام تقنيات الابتكار والتحسين المستمر.
- صياغة استراتيجيات متكاملة لتطوير تجربة العميل.
- استخدام مؤشرات أداء رئيسية KPIs مرتبطة برضا العملاء لتتبع النجاح.

الكفاءات المستهدفة:

- الكفاءة التحليلية: قراءة وتحليل بيانات العملاء وتوجهاتهم.
- الكفاءة الابتكارية: تطوير أفكار جديدة قابلة للتطبيق لتحسين الخدمات.
- كفاءة التصميم الخدمي: صياغة خدمات بناءً على احتياجات العملاء.
- كفاءة إدارة التغيير: قيادة عمليات التطوير والتحسين في بيئة مؤسسية.
- الكفاءة التواصلية: بناء علاقات فعّالة مع العملاء وفهم توقعاتهم.
- الكفاءة الاستراتيجية: ربط تطوير الخدمات بأهداف المؤسسة طويلة المدى.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، فهم تجربة العميل في التأمينات الاجتماعية:

- تعريف تجربة العميل وأهميتها في قطاع التأمينات.
- مكونات تجربة العميل الخدمات، التفاعل، المشاعر، القنوات.
- العوامل المؤثرة على رضا العملاء في التأمينات الاجتماعية.
- الفجوات الشائعة بين توقعات العميل وما يتم تقديمه.
- نماذج عالمية ناجحة في إدارة تجربة العميل في مؤسسات مشابهة.

الوحدة الثانية، أساليب قياس وتحليل رضا العملاء:

- مؤشرات قياس الرضا NPS، CES، CSAT وكيفية استخدامها.
- تصميم استبيانات احترافية وتحليل نتائجها.
- استخدام التحليلات التنبؤية لفهم توجهات العملاء المستقبلية.
- دمج أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل ملاحظات العملاء.
- تحويل بيانات القياس إلى خطط عمل قابلة للتنفيذ.

الوحدة الثالثة، تصميم الخدمات بناءً على التحليل الاحتياجي:

- أساليب جمع وتحليل الاحتياجات الفعلية للعملاء.
- بناء خريطة رحلة العميل Customer Journey Mapping.
- تطوير الخدمات بما يتناسب مع الفئات المستهدفة المختلفة.
- اختبار النماذج الأولية للخدمات قبل الإطلاق.
- دمج مبدأ "الخدمات المتمحورة حول الإنسان" في التصميم.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الرابعة، الابتكار في تحسين الخدمات القائمة:

- تحديد نقاط الضعف والفرص في الخدمات الحالية.
- منهجيات الابتكار Design Thinking، Lean Service Design.
- دمج التحول الرقمي في تطوير الخدمات.
- دراسة حالات واقعية لتطبيق الابتكار في مؤسسات التأمين.
- إدارة المخاطر المرتبطة بتغيير أو تحديث الخدمات.

الوحدة الخامسة، صياغة الاستراتيجيات المتكاملة لتطوير تجربة العملاء:

- ربط استراتيجية تطوير الخدمات بالأهداف المؤسسية.
- وضع خطط تنفيذية قصيرة وطويلة المدى.
- بناء فرق عمل متعددة التخصصات لتنفيذ المبادرات.
- تتبع الأداء باستخدام KPIs ومؤشرات جودة الخدمة.
- استدامة التحسين عبر ثقافة مؤسسية داعمة للتطوير.