



قياس تجربة العملاء: صافي نقاط الترويج NPS ورضا العملاء CSAT وجهد العميل CES

21 - 25 Jun 2027

أهستردام - فندق حي النعمال زوداس



قياس تجربة العملاء: صافي نقاط الترويج NPS ورضا العملاء CSAT وجهد العميل CES

المرجع: 1096_5285 التاريخ: 21 - 25 Jun 2027 الموقع: أمستردام - فندق حي النعمال زوداس الرسوم: SAR 23500

العقود التقني: مهارس - أسلوب التطبيق: بناء نموذج

مقدمة

أصبحت مؤشرات تجربة العملاء تظهر في لوحات معلومات القيادات وفي عقود النداء، لكن كثيرا منها يحسب بطرق غير متسقة، ويستند إلى عينات أصغر من أن يوثق بها، ويقرا دون معرفة العوامل المحركة له. فتلاحق الفرق تقلبات شهرية ليست سوى ضوضاء إحصائية، بينما تبقى المشكلات الحقيقية دون قياس. تزود هذه الدورة من كور كونسبت المديرين بالقدرة على حساب مؤشرات NPS و CSAT و CES واختبارها وتفسيرها بدقة، وربطها بالنتائج التشغيلية والمالية، ووضع مستهدفات قابلة للدفاع عنها. ويعمل المشاركون على بيانات من قطاعات متعددة، ويخرجون بإطار قياس تجربة العملاء ولوحة مؤشرات عامة.

أهداف الدورة

- مراجعة مؤشرات تجربة العملاء القائمة في المؤسسة للتحقق من اتساق تعريفاتها ومصادر بياناتها ومسؤولياتها
- حساب مؤشرات صافي نقاط الترويج NPS ورضا العملاء CSAT وجهد العميل CES بدقة وبيان ما يكشفه كل منها وما لا يكشفه
- تحديد أحجام العينات واختبار الدلالة الإحصائية لتغير الدرجات
- تحديد العوامل المحركة لدرجات العملاء بتحليل الحركات الرئيسية وربطها بالبيانات التشغيلية
- وضع خطوط أساس ومستهدفات وحدود ضبط تقاوم التلاعب وتعكس النداء الفعلي
- بناء إطار قياس تجربة العملاء ولوحة معلومات جاهزة لتقارير القيادات التنفيذية

الفئة المستهدفة

- مديرو تجربة العملاء المسؤولين عن مؤشرات التجربة وتقاريرها
- محللو رأي العملاء وذكاء الأعمال الذين يعدون درجات تجربة العملاء
- مديرو الخدمة ومراكز الاتصال الذين يقيم أدائهم بدرجات العملاء
- العاملون في إدارة النداء ومكاتب الاستراتيجية المسؤولين عن مستهدفات تجربة العملاء
- مديرو التسويق والمنتجات الذين يستخدمون بيانات الرضا والولاء في قراراتهم

محاور الدورة

اليوم الأول: بيئة قياس تجربة العملاء

- تصنيف مؤشرات تجربة العملاء: مقاييس الانطباع والسلوك والتشغيل
- متطلبات رصد رضا العملاء في البند 9.1.2 من المواصفة ISO 9001
- إرشادات رصد رضا العملاء وقياسه في المواصفة ISO 10004
- مراجعة المؤشرات الحالية: التعريفات والمسؤولون ومصادر البيانات
- شجرة قيمة تجربة العملاء لربط المؤشرات بالإيرادات والاحتفاظ بالعملاء وتكلفة الخدمة

اليوم الثاني: نماذج المؤشرات ومنهجياتها

- حساب صافي نقاط الترويج NPS وفنائه وحدوده المعروفة
- تصميم مقياس رضا العملاء CSAT واحتساب أعلى درجتين
- مقياس الموافقة في مؤشر جهد العميل CES وحركات الجهد
- نموذج السبب والنتيجة في المؤشر الأمريكي لرضا العملاء ACSI
- متطلبات جودة البحوث في المواصفة ISO 20252 للاستبيانات المؤشرات

اليوم الثالث: حساب الدرجات واختبارها

- حساب حجم العينة وهامش الخطأ وفترة الثقة
- اختبار الدلالة الإحصائية لتغير الدرجات بين الفترات
- تحليل الحركات الرئيسية بالارتباط والانحدار للهمية النسبية
- ترجيح الدرجات وتوحيدها عبر القنوات والشرائح
- بناء بطاقات تعريف المؤشرات وقاموس البيانات

اليوم الرابع: المستهدفات والربط ومخاطر القياس

- ضوابط التلاعب بالدرجات وتحيز الاختيار وقانون Goodhart
- ربط درجات الاستبيانات بحل المشكلة من أول تواصل وتكرار التواصل وفقدان العملاء
- وضع المستهدفات بخطوط الأساس والمقارنات المرجعية وخرائط ضبط العمليات الإحصائية
- نموذج ربط القيمة الدائمية للعميل
- موقع مؤشرات تجربة العملاء في بطاقة النداء المتوازن لتقارير القيادات التنفيذية

اليوم الخامس: بناء النموذج وإطار قياس تجربة العملاء

- تهيئة بيانات قطاع الاتصالات: إعادة بناء اتجاهات NPS وCES
- تهيئة بيانات مطالبات التأمين: نموذج الحركات ومصفوفة الأولويات
- بناء لوحة مؤشرات تجربة العملاء في Excel أو BI Power
- إعداد مسودة إطار قياس تجربة العملاء بالمسؤولين عن المؤشرات ومستهدفاتها
- لجنة مراجعة بين الزملاء والدفاع عن الإطار

المهارات المكتسبة

- تصميم مؤشرات تجربة العملاء
- إحصاءات الاستبيانات
- تحليل الحركات الرئيسية
- اختبار الدلالة الإحصائية للدرجات
- وضع مستهدفات تجربة العملاء
- ربط المؤشرات بالنتائج
- تطوير لوحات مؤشرات تجربة العملاء
- ضبط تحيز القياس

لهذا تحضر هذه الدورة

- تعود إلى عملك بإطار قياس تجربة العملاء ولوحة مؤشرات عاملة مبنية على بيانات واقعية
- تدبر القيادات بثقة ما إذا كان تغير درجة هذا الشهر حقيقيا أم مجرد ضوضاء
- تبين أي المحركات التشغيلية تحرك درجات العملاء، فتوجه ميزانيات التحسين إلى حيث تؤثر
- تقارن ممارسات القياس مع محللين ومديرين من قطاعات ودول مختلفة

الخاتمة

لا تفيد درجة العميل إلا حين تحسب باتساق، وتقرأ مع هامش خطئها، وترتبط بالمحركات والنتائج التي يفترض أن تهيئها. تنتقل هذه الدورة من مراجعة المؤشرات الحالية، مروراً بنماذج NPS وCSAT وCES وACSI، وصولاً إلى الإحصاءات وتحليل المحركات وضوابط وضع المستهدفات التي تجعل الدرجات جديرة بالثقة. ويحول اليوم الأخير هذه المعارف إلى إطار قياس ولوحة مؤشرات يعود بهما المشاركون إلى مؤسستهم أساساً موثوقاً للتقارير والقرارات.