CONCEPT

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

20 – 24 ديسمبر 2026

الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية



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

المرجع: 16043_1096 **التاريخ:** 20 – 24 ديسمبر 2026 **المكان:** الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية **الرسوم:** SAR 19500

العمق التقني: ممارس · **أسلوب التطبيق:** بناء نموذج

مقدمة

أصبحت مؤشرات تجربة العملاء تظهر في لوحات معلومات القيادات وفي عقود الأداء، لكن كثيرا منها يحسب بطرق غير متسقة، ويستند إلى عينات أصغر من أن يوثق بها، ويقرأ 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 وCSAT وCES 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 عاملة.

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 المحركات الرئيسية وربطها بالبيانات التشغيلية
- وضع خطوط أساس ومستهدفات وحدود ضبط تقاوم التلاعب وتعكس الأداء الفعلي
- بناء إطار قياس تجربة العملاء ولوحة معلومات جاهزة لتقارير القيادات التنفيذية

الفئة المستهدفة

- مديرو تجربة العملاء المسؤولون عن مؤشرات التجربة وتقاريرها
- محللو رؤى العملاء وذكاء الأعمال الذين يعدون درجات تجربة العملاء
- مديرو الخدمة ومراكز الاتصال الذين يقيم أداؤهم بدرجات العملاء
- العاملون في إدارة الأداء ومكاتب الاستراتيجية المسؤولون 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
- متطلب 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 وفئاته وحدوده المعروفة
- تصميم مقياس رضا العملاء CSAT واحتساب أعلى درجتين
- مقياس الموافقة في مؤشر جهد العميل CES ومحركات الجهد
- نموذج السبب والأثر في المؤشر الأمريكي لرضا العملاء ACSI
- متطلبات جودة البحوث في المواصفة ISO 20252 لاستبيانات المؤشرات

اليوم الثالث: حساب الدرجات واختبارها

- حساب حجم العينة وهامش الخطأ وفترة الثقة
- اختبار الدلالة الإحصائية لتغير الدرجات بين الفترات
- تحليل المحركات الرئيسية بالارتباط والانحدار للأهمية 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 الدائمة للعميل
- موقع مؤشرات تجربة العملاء في بطاقة الأداء المتوازن لتقارير القيادات التنفيذية

اليوم الخامس: بناء النموذج وإطار قياس تجربة العملاء

- تمرين بيانات قطاع الاتصالات: إعادة بناء اتجاهات NPS وCES
- تمرين بيانات مطالبات التأمين: نموذج المحركات ومصفوفة الأولويات
- بناء لوحة مؤشرات تجربة العملاء في Excel أو Power BI
- 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 المحركات الرئيسية
- اختبار الدلالة الإحصائية للدرجات
- وضع مستهدفات تجربة العملاء
- ربط المؤشرات بالنتائج
- تطوير لوحات مؤشرات تجربة العملاء
- ضبط تحيز القياس

لماذا تحضر هذه الدورة

- تعود إلى عملك بإطار قياس تجربة العملاء ولوحة مؤشرات عاملة مبنية على بيانات واقعية
- تخبر 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 تمثلها. تنتقل هذه الدورة من مراجعة المؤشرات الحالية، مرورا بنماذج NPS وCSAT وCES وACSI، وصولا إلى الإحصاءات وتحليل المحركات وضوابط وضع المستهدفات التي تجعل الدرجات جديرة بالثقة. ويحول اليوم الأخير هذه المعارف إلى إطار قياس ولوحة مؤشرات يعود بهما المشارك إلى مؤسسته أساسا موثوقا للتقارير والقرارات.