

الملف التعريفي

شركة مؤشرات لخدمات الأعمال
Moasherat Business Services Company

مؤشرات
حيث تكون التجربة

بِسْمِ
الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

محتويات

05
خدماتنا

04
مؤشرات في أرقام

03
بماذا نتميز

02
الرؤية - الرسالة - القيم

01
نبذة عن مؤشرات

09
خبرات نفخر بها

08
شركاء النجاح

07
المنتجات التقنية

06
الأطر العامة للعمل

كل رحلة استثنائية تبدأ بلحظة اهتمام، وكل اهتمام بحاجة لبوصلة مرشدة

هنا ولدت مؤشرات... حيث تكون التجربة

نعيد تعريف تجربة العميل لتصبح معيار التميز والاستدامة، نبني مؤشراتنا على أسس التحليل والابتكار، لنفتح آفاقاً جديدة أمام الجهات الطامحة إلى الارتقاء بخدماتها.

في مؤشرات، لا نكتفي بقياس التجارب، بل نصنع منها خارطة طريق توجه الأداء، وتلهم التغيير، وتسهم في بناء مستقبل يتحدث بلغة العميل ويحتفي بتوقعاته.

نحن

شركة استشارية سعودية رائدة، ذات تخصصية في استشارات تطوير تجربة العميل وقياس وتحسين التجربة، نسعى أن نكون مرجعاً وطنياً في قياس وتحسين تجربة العميل، نؤمن أنّ النجاح رائده العميل ومفتاحه المعرفة نعمل بكوادر وطنية خيرة، ومنهجيات محلية وعالمية وحلول تقنية تطويرية

أن نكون المرجع الوطني الأول في قياس تجربة العميل، من خلال خبرات متخصصة ووسائل تقنية وبحثية متقدمة تقدم مؤشرات دقيقة وتحليلات تدعم صناع القرار.



ابتكار الحلول الاستشارية والبحثية المتخصصة في مجال تجربة العميل للقطاعين الحكومي والخاص، لتعزيز أسس النجاح، ولتحقيق الأهداف، واستدامة التنمية، عبر وسائل تقنية ومنهجيات أدوات عالية ومحلية.



العزيمة

نعمل بروح متوقدة لكسب رضا عملائنا والارتقاء بهم

الطمح

نطمح لنبتكّر ولنعزيز قدراتنا

الاحترافية

نفخر بكوننا الأجود في عملنا

الموثوقية

نسعى دوماً للخروج بأفضل الإنجازات في أصعب الظروف

قيمنا

بماذا نتميز

رفع رضا مستخدمي الخدمات

نساندكم في الارتقاء برضا مستخدمي الخدمات عبر المنهجيات المطورة.

إثراء الدراسات والبحوث

نعزز لكم الميزات التنافسية عبر أحدث الدراسات وأجود البحوث.

رفع جودة الأعمال والخدمات

نقيس ونحسن من جودة المنشآت وخدماتها، وفق المعايير العالمية.

تطوير قطاع الأعمال

نبتكر الخطط والحلول لتطوير شركات الأعمال، وتحسين كفاءتها.

1000+

بطاقة أداء بنيت من مستشاري مؤشرات لتقييم أداء أكثر من 400 شركة.

200+

نقطة اتصال قيست بمنهجيات عدة كقياس الرضا (CAST) وتقييم الأداء، وقياس الجهد والسهولة (CES) بأدوات القياس والتنوعية.

850+ ألف

مستفيد قيس رضاهم بأداة قياس الرضا الليدانية في خمسة مشاريع مختلفة شملت قطاعات استراتيجي كقطاع الحج والعمرة وقطاع السياحة، وقطاع الصحة، والاتصالات، وغيرها.

مؤشرات

800 +

مسكن تم تغطيته في منطقة تقرير طور وصمم في مجالات تجربة العميل، عاكساً بيانات كمية ونوعية ذات قيمة، ومساهماً في تحسين عملية اتخاذ القرار.

122+

لوحة بيانات لحظية (Dashboards) فاعلة في العرض الشامل المؤشرات الرئيسة، ومساندة لتابعة الإدارات العليا واتخاذ القرار.

4

منصات (Platform) لإدارة تجربة العميل وخصصت باحتياج العملاء، لجمع وتحليل وتصوير وعرض البيانات بأساليب مختلفة.

في

أرقام

30+ ألف

زيارة متسوق خفي تمت بفريق عمل مدرب ومجهز لتلقي الخدمة وتقييمها، وعرض التحديات والتوصيات.

400+

كادراً بشرياً ذا خبرة ومعرفة تشغيلية في قطاع تجربة العميل.

500+

جهة قيمت خدماتها وقيس الرضا لمستفيديها لمتلف نقاط الاتصال، بالمنهجيات العالمية.



قياس الأداء

متابعة ورصد كفاءة وجودة تقديم الخدمات والعمليات، داخل المنظومات وخارجها، عبر أدوات المتابعة والرصد.



قياس صوت العميل

نظام شامل لجمع وتحليل ملاحظات العملاء من مختلف القنوات (استبيانات، مقابلات، مراجعات، وسائل التواصل، وغيرها).



بناء منهجيات تجربة العميل

تصميم إطار عمل متكامل لإدارة تجربة العميل، يشمل على كامل الخطوات والمتعلقات.



بناء مؤشرات الأداء

تصميم وإعداد مؤشرات أداء رئيسة تقيس مدى تحقيق الأهداف الاستراتيجية والتشغيلية بناءً على استراتيجية العميل وأهدافه.



قياس الوعي

تقييم مستوى معرفة وفهم فئة معينة مستهدفة من خدمة أو مفهوم أو مبادرة تم عملها، داخل المنظومة وخارجها.



قياس الأثر

تقييم النتائج الفعلية للمبادرات والمشاريع على سلوك فئات أو عملاء معينين، والتغيرات اللموسة على تجربتهم.

خدمات مؤشرات CX تجربة العميل



بناء نماذج تحليل البيانات

تطوير نماذج تحليلية متقدمة لاستخراج الأنماط والاتجاهات من بيانات العملاء والعمليات التشغيلية.



أتمتة التقارير وبناء لوحات التحكم

تطوير أنظمة وتقارير مؤتمتة تربط البيانات من مصادر متعددة وتعوضها في لوحات تحكم تفاعلية.



بناء وتطوير المنصات التقنية

تصميم وتطوير منصات رقمية لتحسين تجارب العملاء وتقديم تجربة مستخدم يسيرة ومحقة للغرض.



حلول الذكاء الاصطناعي

تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحسين التفاعل مع العملاء وتحليلهم، وتطوير الخدمات.

خدمات مؤشرات

الحلول التقنية

الأطر العامّة للعمل

إطار تجربة العميل (Customer Experience)

التصميم والتنفيذ

مؤشرات القياس

أدوات جمع البيانات

المقابلات الميدانية

الاستبانات الإلكترونية

الاتصالات الهاتفية

رموز QR

مجموعات التركيز

المتسوق الخفي

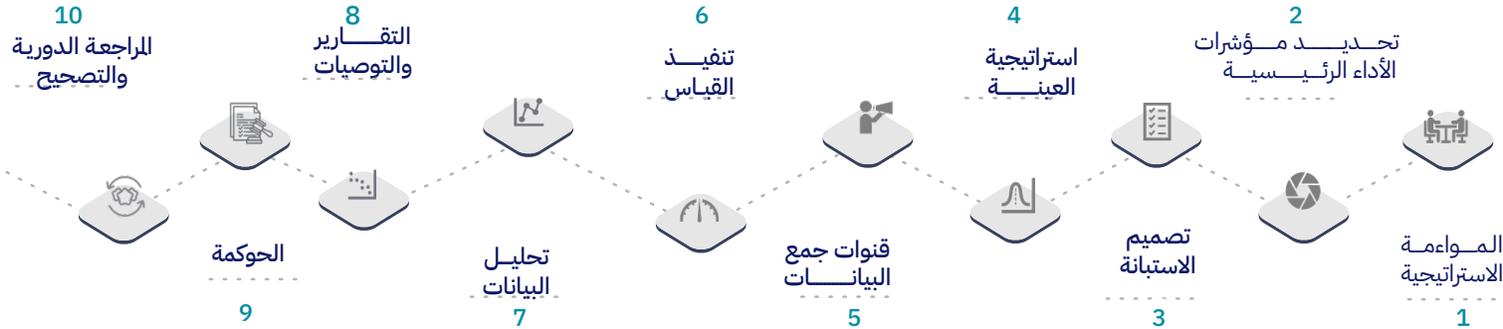
للملاحظات النصية

الرصد النوعي



تطوير نماذج القياس

التوزيع الموائمة الاستراتيجية المدة الاستبانة الموائمة الاستراتيجية تحديد المراحل تحديد اللحظات المهمة



مؤشر رضا العملاء (CSAT): يقيس مدى رضا العميل عن خدمة أو تفاعل معين، ويُستخدم للتقييم الفوري والمباشر.

مؤشر صافي نقاط الترويج (NPS): يقيس ولاء العميل من خلال سؤاله عن مدى احتمالية توصيته بالخدمة، ويعكس تصور العميل عن الرحلة ككل.

مؤشر جهد العميل (CES): يقيس مدى سهولة أداء المهام الأساسية، مفيد لتحديد النقاط الصعبة في الرحلات المعقدة أو متعددة الخطوات.

مؤشر حل المشكلة من المرة الأولى: يقيس النسبة المئوية لاستفسارات أو مشكلات العملاء التي تم حلها من أول تواصل، دون الحاجة إلى متابعة لاحقة.

مؤشر معدل الإنفاق: يُستخدم لتقدير توزيع المستخدمين وفق مستويات الإنفاق المالية، مما يساعد على توجيه استراتيجيات الدعم بناءً على القدرة الشرائية المختلفة للفئات المستهدفة.

الإطار المنهجي لقياس الوعي (AAU Framework)

إطار عمل (الوعي والموقف والاستخدام) "AAU" هو منهجية بحث تسويقي تقيم معرفة المستهلكين بعلامة تجارية أو منتج، وتصوراتهم ومعتقداتهم تجاهها، وسلوكياتهم الفعلية في الشراء أو الاستهلاك. من خلال دمج أبحاث النوعي والكمي، توفر دراسات AAU رؤى حول موقع العلامة التجارية بالنسبة للمنافسين، مما يساعد الشركات على تحديد الفرص السوقية، وتقسيم جمهورها، وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.

المكوّنات الرئيسة للإطار

الوعي

يقيس مدى الإلمام لدى المستهلكين بعلامة تجارية أو منتج أو خدمة.

الاستخدام

يفحص السلوك الفعلي للمستهلك، مثل كيفية استخدامه للمنتج أو الخدمة ومتى وأين. ويشمل ذلك تحليل حجم الاستهلاك وأنماط الاستخدام للتكرار.

الموقف

يستكشف مشاعر المستهلكين وآرائهم ومعتقداتهم ونواياهم تجاه العلامة التجارية أو المنتج. ويمكن أن يشمل ذلك فهم التصورات حول سمات محددة، مثل الجودة أو القيمة.

الوعي

الاستخدام

الموقف

المكوّنات الرئيسة للإطار

آلية العمل

البحث النوعي:

للمراحل الاستكشافية الأولية باستخدام طرق مثل مجموعات التركيز أو المقابلات العميقة لفهم لغة المستهلكين وتصوراتهم وللواضيع الرئيسية ضمن فئة السوق.

البحث الكمي:

استطلاع واسع النطاق لجمع بيانات إحصائية موثوقة حول مستويات الوعي وللواقف وأنماط الاستخدام من عينة تمثيلية للسوق المستهدف.

التحليل التنافسي:

من خلال مقارنة علامة العميل التجارية بالمنافسين عبر الجوانب الثلاثة، يمكن للمسوقين رؤية موقع علامتهم في السوق.

قياس صوت العميل

<p>يهدف القياس إلى تحقيق هدف الارتقاء بتجربة المستفيدين، تنفيذاً للركيزة الاستراتيجية المتميز في تقديم خدمات الهيئة.</p>	<p>حصر العملاء المستهدفين في عملية القياس وتحديد فئاتهم المختلفة</p>	<p>1 مواعمة الأهداف الاستراتيجية</p>
<p>الولي < الوصي < القيم < المجهول < الغائب < المفقود < من لا يعرف له وارث < القاصر < الحمل < ناقص الأهلية < فاقد الأهلية <</p>	<p>تحديد الهدف من القياس ومواعمته مع الأهداف الاستراتيجية للجهة</p>	<p>2 تحديد العميل المستهدف</p>
<p>نقاط الاتصال الرئيسية والفرعية لكل فئة من فئات العملاء ولكل خدمة مشمولة.</p>	<p>تحديد المراحل التي تمر بها كل فئة ونقاط الاتصال الفرعية ((Touch Points</p>	<p>3 رسم رحلة العملاء</p>
<p>تحدد العينة المستهدفة وفق منهجية إحصائية تحدد وفق الإحصاءات السابقة للمستفيدين والأعداد المتوقعة وهامش الخطأ المتفق عليه ومستوى الثقة المطلوب: هامش الخطأ المرغوب / المقبول (مثل؛ 5%) مستوى الثقة المطلوبة (مثل؛ 95%)</p>	<p>تحديد مجتمع القياس الكلي والعينة المستهدفة إحصائياً وفق مستوى الثقة وهامش الخطأ المحدد</p>	<p>4 مجتمع القياس والعينة المستهدفة</p>
<p>لضمان القياس الصحيح لكل نقطة اتصال تحدد الأداة المناسبة والمؤشر المطلوب لكل نقطة صياغة السؤال < كم استغرق حصولك على خدمة حصر التركات < المؤشر المستخدم < الوقت المستغرق للحصول على الخدمة < أداة القياس < متسوق خفي < نقطة الاتصال < حصر التركات <</p>	<p>تخصيص أدوات القياس والمؤشرات الأساسية وفق نقاط الاتصال وطبيعة الفئة المستهدفة</p>	<p>5 تحديد أدوات ومؤشرات القياس</p>
<p>الموقع الجغرافي لإجراء المقابلة (في حال كونها ميدانية) < الوقت الزمني المستغرق في تعبئة الاستبانة < موافقة النتائج والمؤشرات للملاحظات النصية والمقترحات <</p>	<p>تحديد قواعد العمل (Business rules) الحاكمة لجودة البيانات والضابطة لها</p>	<p>6 آليات حفظ الجودة</p>

إطار يحمل ستة معايير كمجموعة من المناظير المساعدة على إعطاء صورة شاملة لأثر المبادرة أو المشروع المستهدف قياسه، وتصف المكونات المراد الإجابة عنها في التدخلات التنموية والتشغيلية لتقييم جدوى التدخل وأثره المستهدف.

إطار العمل السداسي (OECD DAC Criteria) هو

معايير القياس



آلية العمل

1 التوصيف القبلي
تحديد الأهداف المرجوة من المبادرة ومؤشراتها المرصودة على المستوى الاستراتيجي والتشغيلي وتحديد خط الأساس لكل مؤشر.

2 التقييم والقياس الأولي
تفعيل عمليات التقييم والقياس الأولية للمبادرة، عبر معايير تحديد الأثر وأدوات القياس المناسبة.

3 قياس التغيير
من خلال قياس مدى التغيير في معرفة الفئات المستهدفة في المبادرة واكتسابها للمعارف، وأثر المبادرة على سلوك الفئات وعاداتهم المكتسبة.



المبادئ المنهجية لتصميم مؤشرات الأداء



قابلية التتبع

ينبغي أن تكون البيانات والمصادر التي يُحسب منها المؤشر معروفة ومحددة. كما يجب معرفة الجهة المسؤولة عن جمعه ومراجعتة.



الكفاية

يجب أن يشكل المؤشر، مع غيره من المؤشرات، صورة متكاملة للأداء أو الظاهرة المقيسة. فلا يترك جانباً جوهرياً بدون قياس.



القيمة المضافة

يجب أن يقدم المؤشر فائدة عملية، مثل تحديد فجوة، أو تحسين أداء، أو دعم قرار. أي أن يقود إلى "رؤية قابلة للتطبيق".



الأهمية

ينبغي أن يقيس المؤشر عنصرًا ذا صلة مباشرة بالأهداف الاستراتيجية (مثل رؤية 2030 أو أهداف الجهة). أي أن يكون مرتبطًا بقضية محورية.



الوضوح

يجب أن يكون المؤشر واضحًا ومفهومًا لجميع الأطراف ذات العلاقة، سواء كانت فنية أو غير فنية. يجب أن تكون المصطلحات المستخدمة دقيقة وغير قابلة للتأويل.

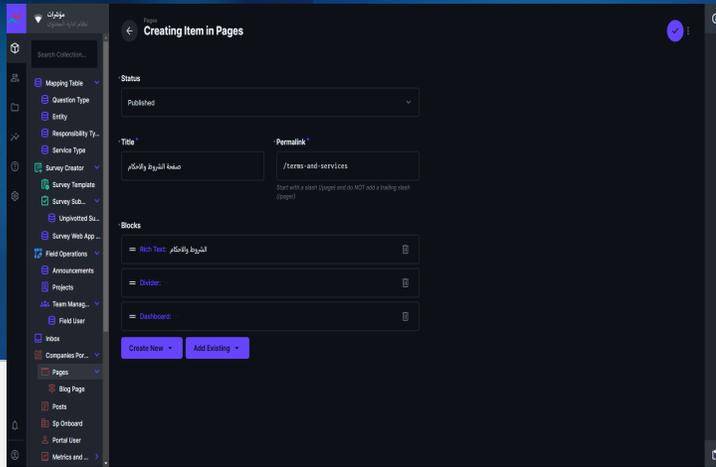
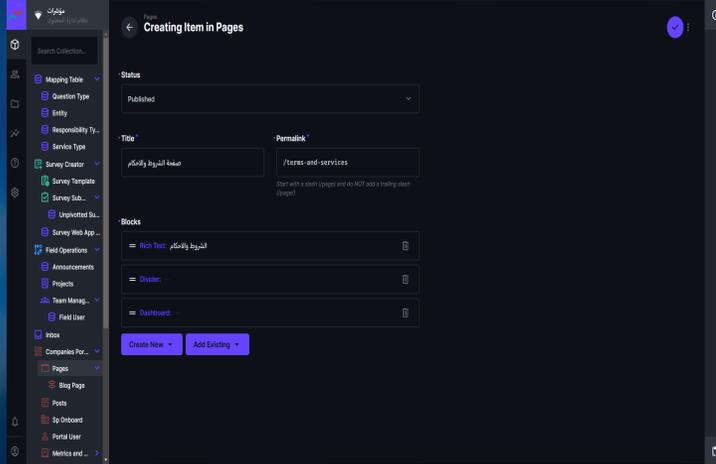
المنتجات التقنية

منصة مؤشر

ولدت منصة مؤشر من رحم الحاجة إلى حل تقني متكامل لإدارة وتنظيم عمليات تجربة العميل عبر الجمع والتحليل والعرض كبيانات مساندة لمتخذي القرار.

طوّر فريق مؤشرات المنصة لحل المشكلة الكائنة في تعدد منصات تجربة العميل بين جمع وتحليل وإخراج وصعوبة الجمع بينها، مما يسبب أخطاراً في حفظ البيانات وسريتها.

أبرز المزايا والواجهات :



04 تقنيات الذكاء الاصطناعي

يستخدم النظام تقنيات محادثة وتحليل متقدم للبيانات ونماذج لتحليل البيانات النوعية والمؤشرات المرصودة.

03 واجهة التوجيه والتحكم

واجهة تسمح للمستخدمين من تخصيص الصلاحيات وإدارة ذوي العلاقة والمستفيدين، وضمان الجودة في تحليل وحفظ البيانات.

02 تطبيق جمع البيانات

يحتوي على شاشة للمهام والتوجيهات والتخصيصات، وواجهة لجمع البيانات وعرض نماذج التقييم والاستبانة.

01 نظام إدارة المحتوى (CMS)

نظام عالي المرونة يخصص لكل جهة بحسب حاجتها لإدارة عملية القياس والتحليل وبناء المؤشرات وإصدار التقارير.

أبرز الشركاء



الهيئة التنسيقية لمؤسسات أرباب الطوائف



شركة قادرين للتشغيل والصيانة المحدودة
Gadreen Operation And Maintenance Co.Ltd.

شركة قادرين



صندوق الوقف الصحي



إرنست ويونغ (EY)



الهيئة الملكية لمدينة مكة المكرمة والمشاعر المقدسة



وزارة الحج والعمرة



شركة الراجحي للخدمات المساندة



البنك الإسلامي للتنمية



odoo



مؤسسة سقاية الأهلية



المجلس التنسيقية لمؤسسات وشركات خدمة حجاج الداخل

خبرات نفخر بها

• مشروع قياس الأداء ورضا المستفيد

الهدف: يهدف المشروع إلى تحقيق رضا المستفيد (ضيف الرحمن) وقياس جودة أداء الخدمات المقدمة عبر مختلف أدوات القياس، وضمن أفضل الممارسات المحلية والعالمية، بحيث تواءم مع استراتيجية القطاع وطموح القيادة.



بناء المعايير والمؤشرات الخاصة : بقاء منهجية متكاملة : تطوير التقارير التنفيذية : تطوير رحلة المستفيد : تصميم وبناء لوحات : بقاء منهجية متكاملة : لرضا وجودة الحجاج والمعتمرين : والتفصيلية لبيانات رضا : (الحاج - المعتمر) بكامل : تطوير رحلة المستفيد : تصميم وبناء لوحات : لقيادات الوزارة : نقاط الاتصال ومراحله : المقدمه لهم

أبرز
المخرجات
للمشروع

صعوبة بناء منهجية لقياس رضا الحجاج والمعتمرين مواءمة مع منهجية أداء ومراعية للمتغيرات الموسمية في القطاع.

التغطية الكاملة لفئات وجنسيات ضيوف الرحمن ومعرفة مستوى الرضا والتحديات لكل فئة وجنسية.

التقييم المنصف والشفاف لشركات تقديم الخدمة للحجاج والمعتمرين والوافق للأدلة والضوابط الصادرة.

غياب التفصيل والتسيب للبيانات الكمية في نتائج القياس، وصعوبة اتخاذ القرار بناءً عليها.

أبرز
تحديات
المشروع

قامت مؤشرات بمناسبة المنهجية المبنية لتشمل كامل فئات وجنسيات المستفيدين، وبنيت الخطط الميدانية لضمان التغطية الكاملة ذات العنوية الإحصائية لكل فئة.

طوّرت مؤشرات معايير تقييم لكل خدمة من مسؤولية الشركة، وصمّمت بناءً عليها منصة مختصة تعرض بطاقة أداء كل شركة بشكل عادل وشفاف.

قامت مؤشرات ببناء المنهجية العلمية الواقعية، بالتواؤم مع منهجية أداء بخبراتها الاستشارية في تجربة العميل وخبراتها الوطنية في قطاع الحج والعمرة.

فعلت مؤشرات مختلف الأدوات النوعية كمجموعات التركيز والتسوق الخفي لتفسير نتائج البيانات الكمية بالتحليل المعقّق.

نتائج
الحلول
من
مؤشرات

خبرات نفخر بها

• مشروع قياس وتحسين تجربة مكة المكرمة

الهدف: يسعى المشروع إلى توفير قياس مستدام لمستوى رضا مستخدمي الخدمات المقدمة في مكة المكرمة بكافة شرائح السكان والزوار، وذلك لتحسين والارتقاء المستمر بتجربة مدينة مكة المكرمة



المرحلة	الهدف	النتيجة
التصميم	بناء المعايير والمؤشرات الخاصة بنقاط الاتصال في مكة المكرمة وتوابعها	تصميم وبناء لوحات البيانات التنفيذية لقيادات الهيئة
التطوير	تطوير التقارير التنفيذية والتفصيلية لبيانات قياس الرضا والرصد الميداني لنقاط الاتصال	تطوير وثيقة رحلة المستفيد داخل مكة المكرمة
التحليل	صعوبة التغطية الشاملة للنطاق الجغرافي والزمني لواسم مكة المكرمة	عدم وجود معايير ثابتة وموافقة للواقع لتقييم نقاط الاتصال لقيمي وزوار مكة المكرمة
التحسين	الرغبة في عرض البيانات بشكل حي وتنفيذي للمتابعة اللحظية للوضع الكائن في نقاط الاتصال والقياس	بناء نماذج للمعايير ونقاط التماس لكل نقطة اتصال داخل مدينة مكة المكرمة وما يتبعها من نقاط تماس للمستفيد، والعمل على اختبارها وضمان تغطية رحلة المستفيد



تطوير التقارير التنفيذية والتفصيلية لبيانات قياس الرضا والرصد الميداني لنقاط الاتصال

بناء المعايير والمؤشرات الخاصة بنقاط الاتصال في مكة المكرمة وتوابعها

تصميم وبناء لوحات البيانات التنفيذية لقيادات الهيئة

تطوير وثيقة رحلة المستفيد داخل مكة المكرمة

بناء منهجية متكاملة لقياس رضا المقيمين والزوار، ورصد الخدمات المقدمة

أبرز
المرجات
للمشروع

صعوبة التغطية الشاملة للنطاق الجغرافي والزمني لواسم مكة المكرمة

الرغبة في عرض البيانات بشكل حي وتنفيذي للمتابعة اللحظية للوضع الكائن في نقاط الاتصال والقياس

صعوبة التحقق من جودة البيانات المدخلة عبر قنوات جمع البيانات المباشرة وغير المباشرة

عدم وجود معايير ثابتة وموافقة للواقع لتقييم نقاط الاتصال لقيمي وزوار مكة المكرمة

أبرز
تحديات
المشروع

بناء خطة عمل وانتشار ميداني موجه لفريق العمل، وتدريب فريق الرصد لتغطية الملاحظات ونقاط التحسين

تصميم لوحة بيانات تنفيذية وشاملة لنقاط الاتصال المقاسة

بناء ضوابط ومعايير لقبول المدخلات والتحقق من صحتها عبر نماذج الذكاء الاصطناعي والتحقق المنتظم من فريق الجودة

بناء نماذج للمعايير ونقاط التماس لكل نقطة اتصال داخل مدينة مكة المكرمة وما يتبعها من نقاط تماس للمستفيد، والعمل على اختبارها وضمان تغطية رحلة المستفيد

نتائج
الحلول
من
مؤشرات

خبرات نفخر بها

• مشروع تقييم مراكز السقيا ومشربيات

الهدف: تسعى مؤسسة سقاية الأهلية إلى تطوير منظومة السقاية لضيوف الرحمن في المشاعر المقدسة، يهدف المشروع إلى تقييم جودة الخدمات المتعلقة بمراكز السقيا ومدى رضا الحجاج عنها، للخروج بنتائج فاعلة ومرتبّيات ذات أثر.



قياس الجهد والسهولة (CES)

بناء نماذج لرصد نقاط التحسين والتحدي

قياس الرضا (CAST)

إظهار التوزيع الجغرافي لكل فئة مستفيد

التسوق الخفي

بناء منهجية العمل

قياس الأثر للمراكز والمشربيات عبر قنوات التسوق الخفي
تقرير قياس أثر مراكز السقيا ومشربيات المياه

أبرز
الخرجات
للمشروع

صعوبة تقييم مدى صحة وفاعلية التوزيع المناسب لمراكز السقيا في المشاعر المقدسة

الرغبة في إظهار جهود المبادرة وما لها من جوانب استراتيجية وتشغيلية مختلفة

عدم معرفة الجدوى من المبادرة ومدى تحقيقها للأثر المطلوب في توفير المياه لحجاج المشاعر المقدسة

أبرز
تحديات
المشروع

بناء منتجات تسويقية (فيديوهات - إنفوجرافيك) توضح ما تم من أعمال في الجوانب المختلفة

قياس أثر المبادرة عن طريق قياس وعي الحجاج بوجود المراكز والمشربيات ومدى رضاهم عنها

استخدام منهجية التسوق الخفي في تقييم المراكز والمشربيات بشكل كامل وتقسيمها وفق المناطق والمشاعر

نتائج
الحلول
من
مؤشرات



مؤسسة سقاية الأهلية
Sekaya Charitable Foundation
أفضل الصدقة

العميل

خبرات نفخر بها

• مشروع قياس الأداء ورضا المستفيد

الهدف: يهدف المشروع إلى تحقيق رضا المستفيد (ضيف الرحمن) وقياس جودة أداء الخدمات المقدمة عبر مختلف أدوات القياس، وضمن أفضل الممارسات المحلية والعالمية، بحيث تواءم مع استراتيجية القطاع وطموح القيادة.



بناء المعايير والمؤشرات الخاصة : بقاء منهجية متكاملة : تطوير التقارير التنفيذية : تطوير رحلة المستفيد : تصميم وبناء لوحات : بقاء منهجية متكاملة : لرضا وجودة الحجاج والمعتمرين : والتفصيلية لبيانات رضا الحجاج وجودة الخدمات المقدمة لهم : (الحاج - المعتمر) بكامل نقاط الاتصال ومراحله : لتصميم وبناء لوحات البيانات التنفيذية لقيادات الوزارة

أبرز
المخرجات
للمشروع

غياب التفصيل والتسبب للبيانات الكمية في نتائج القياس، وصعوبة اتخاذ القرار بناءً عليها.

التقييم المنصف والشفاف لشركات تقديم الخدمة للحجاج والمعتمرين والوافق للأدلة والضوابط الصادرة.

التغطية الكاملة لفئات وجنسيات ضيوف الرحمن ومعرفة مستوى الرضا والتحديات لكل فئة وجنسية.

صعوبة بناء منهجية لقياس رضا الحجاج والمعتمرين مواءمة مع منهجية أداء ومراعية للمتغيرات الموسمية في القطاع.

أبرز
تحديات
المشروع

فعلت مؤشرات مختلف الأدوات النوعية كمجموعات التركيز والتسوق الخفي لتفسير نتائج البيانات الكمية بالتحليل المعق.

قامت مؤشرات بمناسبة المنهجية المبنية لتشمل كامل فئات وجنسيات المستفيدين، وبنيت الخطط الميدانية لضمان التغطية الكاملة ذات العنوية الإحصائية لكل فئة.

طوّرت مؤشرات معايير تقييم لكل خدمة من مسؤولية الشركة، وصمّمت بناءً عليها منصة مختصة تعرض بطاقة أداء كل شركة بشكل عادل وشفاف.

قامت مؤشرات ببناء المنهجية العلمية الواقعية، بالتواؤم مع منهجية أداء بخبراتها الاستشارية في تجربة العميل وخبراتها الوطنية في قطاع الحج والعمرة.

نتائج
الحلول
من
مؤشرات

خبرات نفخر بها

• مشروع قياس ومتابعة جودة الاعمال لشركة الراجحي 2023 -

الهدف: قياس الجاهزية والتحقق من موافقتها للمعايير الخاصة بوزارة الحج والعمرة. رفع جودة الخدمات المقدمة لحجاج بيت الله الحرام. رفع رضا مستخدمي الخدمات، وتلبية توقعات المستفيد بما يضمن تحقيق الولاء ورفع الموثوقية للسنوات القادمة.

تصميم وبناد لوحات البيانات
لكامل الرحلة

تطوير التقارير التنفيذية
والتفصيلية لبيانات الحجاج
وجودة الخدمات المقدمة لهم

بناء المعايير والمؤشرات الخاصة
بقياس رضا المستفيد وتقييم
جودة الخدمات لكامل الرحلة

بناء منهجية متكاملة لقياس
ومتابعة جودة الاعمال قبل
وصول الحجاج

أبرز
المخرجات
للمشروع

صعوبة الوصول لبعض المناطق أثناء
الموسم

التغطية الكاملة للمواقع قبل وصول
الحجاج ومعرفة مستوى الجاهزية

التحديث المستمر في نطاق عمل المشروع،
وزيادة التحديتات اللحظية

التقييم النصف لخدمات الشركة أثناء
تواجد الحجاج

أبرز
تحديات
المشروع

إجمالي عدد الفحوصات 45,834
فحص

تم اغلاق 400 حالة حرجة في وقتها
المناسب

تم التأكد وتتبع 125,431 حاج

قامت شركة مؤشرات ببناء المنهجية
العملية الواقعية، بالتواؤم مع منهجية
أداء بخبراتها الاستشارية في تجربة
العميل وخبراتها الوطنية في قطاع
الحج والعمرة

نتائج
الحلول
من
مؤشرات



بيانات التواصل

012 272 2227



www.moasherat.sa



info@moasherat.sa

