



النتائج والإجراءات التصحيحية

لاستبيان الرضا عن خدمات الهيئة وقنوات تقديمها ومستوى
التوعية 2020

أكتوبر 2020



بعد تحليل نتائج الاستبيان الذي يقيس مستوى الرضا عن خدمات الهيئة وقنوات تقديمها ومستوى التوعية 2020، تم الأخذ بمقترحات ومرئيات المتعاملين التطويرية، التي من شأنها المساعدة في تطوير خدمات الهيئة وقنوات تقديمها، وأيضاً في وضع آلية للتسويق ورفع مستوى التوعية بالخدمات. كما تم الوقوف على النتائج واستلام ما يقارب 22 ملاحظة ومقترح، وتم أخذها بعين الاعتبار، ومن ثم البناء عليها في وضع الإجراءات التصحيحية وتطوير الخطط والحملات التسويقية لخدمات الهيئة.

حيث تجدون في هذا العرض بعض المقترحات مع الإجراءات التصحيحية.



بعض اقتراحات وملاحظات المتعاملين:

- تعزيز التوعية من خلال رسائل مصورة سهلة الاطلاع
- العمل على تطوير الخدمات وتسهيل الحصول عليها
- وضع آلية جديدة ومبتكرة أكثر للحملات الترويجية عبر منصات الهيئة في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك تطبيق الهيئة الذكي
- التواصل عبر البريد الإلكتروني بشأن آخر المستجدات
- إشهار الجديد من الخدمات عن طريق الرسائل النصية أو الواتساب لسهولة استخدامها عند الكثيرين
- تعديل نظام إسعاد المتعاملين وتقليل الاختيارات في التطبيق الذكي لتسهيل الوصول إلى المطلوب



تم إطلاق الاستبيان لقياس مستوى الرضا عن خدمات الهيئة وقنوات تقديمها ومستوى التوعية 2020 وتم وضع الإجراءات التصحيحية بناءً على ملاحظات المتعاملين وأخذها بعين الاعتبار لتطوير الحملات الترويجية بأنواعها في المستقبل

الإجراءات التصحيحية	الاطار الزمني للتنفيذ
❖ تطوير صيغة الحملات التسويقية التي تنفذها الهيئة لتكون أكثر جذباً من حيث العرض والأسلوب	مستمرة على مدار السنة
❖ تنويع القنوات المستخدمة في إيصال الرسائل الإعلامية وتنفيذ الحملات الترويجية لدعم قنوات تقديم الخدمة	
❖ تكثيف إنتاج مقاطع فيديو تسويقية تخدم حملات الهيئة الترويجية لمبادراتها ومشروعاتها وخدماتها	
❖ التركيز على استخدام البريد الإلكتروني والرسائل القصيرة وقنوات التواصل الاجتماعي وتطويرها عند تنفيذ الحملات على اعتبارها الأكثر فاعلية	
❖ العمل على تطوير نظام اسعاد المتعاملين لتقديم خدمات متطورة	
❖ التركيز على ثنائية اللغة في الحملات التسويقية	



Results and Corrective Actions

**Questionnaire to measure the level of customer satisfaction
with FAHR Services, delivery channels and Awareness Level
2020**

October 2020



After analyzing the results of the questionnaire, which measures the level of customer satisfaction with the Authority's services, its channels of delivery and the level of awareness 2020, development proposals and visions of customers were taken, which would help in developing the authority's services and delivery channels, as well as setting up a marketing mechanism and raising awareness of services. As the results were examined, and approximately 22 notes and proposals were received, which were taken into consideration and then building on them in setting corrective measures and developing plans and marketing campaigns for the Authority's services.

In this presentation, you will find suggestions with corrective actions.



Some of the suggestions and observations of customers:

- Promote awareness through easy-to-view picture messages and focus on short videos with an image that attracts the target audience
- Work to develop services and facilitate access to them
- Setting a new and more innovative mechanism for promotional campaigns through the authority's Social Media platform, as well as the Authority's Smart App
- Communicating via email with customers about the latest developments
- New promotions messages to be sent via text message or WhatsApp
- Modifying the customer happiness system and reducing the options in the smart application to facilitate access to the required



The questionnaire was launched to measure the level of customer satisfaction with the Authority's services, its channels of delivery and the level of awareness 2020. Corrective measures were developed based on customer feedback and consideration for the development of promotional campaigns of all kinds in the future.

Corrective Actions	Time Frame
❖ Developing the marketing campaigns formula implemented by the authority to be more attractive in terms of presentation and style	Continued throughout the year
❖ Diversification of channels used to deliver informational messages and carry out promotional campaigns to support service delivery channels	
❖ Intensify the production of marketing videos that serve the authority's promotional campaigns for its initiative, projects and services	
❖ Focus on using and developing e-mail, SMS and social media channels when implementing campaigns as the most effective	
❖ Working on developing The Customer Happiness System to provide advanced services	
❖ Emphasis on bilingual collaterals in marketing campaigns	