



النتائج والإجراءات التصحيحية

لاستبيان قياس مستوى رضا المتعاملين
عن الحملات الترويجية المنفذة من قبل
الهيئة حول مبادراتها ومشاريعها 2021

نوفمبر 2021

هذه الوثيقة سرية ولا يسمح بإعادة طباعة أي جزء منها أو نسخه بأي شكل أو وسيلة خارج
الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية بدون الحصول على موافقة كتابية مسبقة



نتائج الاستبيان مع الإجراءات التصحيحية

بعد تحليل نتائج الاستبيان الذي يقيس مستوى رضا المتعاملين عن الحملات الترويجية المنفذة من قبل الهيئة حول مبادراتها ومشاريعها

2021، تم الأخذ بمقترحات ومرئيات المشاركين من الحكومة الاتحادية في الاستبيان، التي من شأنها المساعدة في تطوير الحملات

الترويجية ووضع آلية للتسويق ورفع مستوى التوعية بمبادرات ومشاريع الهيئة.

تم الوقوف على النتائج واستلام ما يقارب 20 مقترح، وتم أخذها بعين الاعتبار، ومن ثم البناء عليها في وضع الإجراءات التصحيحية.

حيث تجدون في هذا العرض بعض المقترحات مع الإجراءات التصحيحية.



بعض اقتراحات وملاحظات المتعاملين:

- التركيز على تصميم الرسائل الترويجية بصيغه تفاعليه وانفوجرافيك اكثر من تصميم المحتوى على شكل نص وصورة
- اعاده سياسة الحملات الترويجية لاستقطاب شريحة أكبر من المستخدمين
- اعلام الموظفين بالحملات الترويجية عن طريق الرسائل القصيرة أو البريد الالكتروني
- ان تكون الحملات الترويجية بشكل متطور و أكثر شمولية
- تكثيف الحملات التوعوية بالمبادرات (باللغتين) وعلى جميع مواقع التواصل الاجتماعي





الإجراءات التصحيحية:

تم إطلاق الاستبيان لقياس مستوى الرضا المتعاملين عن الحملات الترويجية المنفذة من قبل الهيئة حول مبادراتها ومشاريعها 2021 وتم وضع الإجراءات التصحيحية بناءً على ملاحظات المشاركين وأخذها بعين الاعتبار لتطوير الحملات بشكل أفضل.

| الاطار الزمني للتنفيذ | الإجراءات التصحيحية |
|-----------------------|--|
| مستمرة على مدار العام | • التركيز على استخدام البريد الإلكتروني والرسائل القصيرة وقنوات التواصل الاجتماعي وإشعارات التطبيق الذكي في التوعية |
| مستمرة على مدار العام | • تنويع القنوات المستخدمة في إيصال الرسائل الإعلامية وتنفيذ الحملات الترويجية |
| مستمرة على مدار العام | • استحداث قنوات جديدة للترويج للوصول إلى شريحة أكبر من المتعاملين (فيسبوك – SMS – مجلة الموارد البشرية التفاعلية – إشعارات التطبيق الذكي) |
| مستمرة على مدار العام | • تطوير صيغة الحملات التسويقية التي تنفذها الهيئة لتكون أكثر جذباً من حيث العرض والأسلوب والتركيز على تصميم الرسائل الترويجية بصيغة تفاعلية وانفوجرافيك أكثر من تصميم المحتوى على شكل نص وصورة |

Results and Corrective Actions

Questionnaire to measure the level of customer satisfaction with the Promotional Campaigns implemented by the Authority about its Initiatives and Projects 2021

November 2021





Results and Corrective Actions

After analyzing the results of the questionnaire that measures the level of customer satisfaction with the Promotional Campaigns implemented by the Authority about its Initiatives and Projects 2021, the proposals and opinions of participants from the federal government were taken into account, which would help in developing the campaigns, setting up a marketing mechanism and raising awareness of the initiative and projects.

The results were examined and about 20 proposals were received, and they were taken into consideration, and then based on them in developing corrective actions.

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



Some of the suggestions and observations of customers:

- Focus on designing promotional messages in an interactive and infographic format rather than designing content in the form of text and images
- Re-policy of promotional campaigns to attract a larger segment of beneficiaries
- Informing employees of promotional campaigns by SMS or e-mail
- The promotional campaigns should be more sophisticated and comprehensive
- Intensifying awareness campaigns on initiatives (in both languages) and on all social media sites



Corrective Actions:

The questionnaire was launched to measure the level of satisfaction with the Promotional Campaigns implemented by the Authority about its Initiatives and Projects 2021 . Corrective actions were developed based on the feedback of the participants and took into consideration to develop the campaigns better.

| Corrective Actions | Action |
|--|--|
| Focus on using email, SMS, social media channels and smart app notifications in awareness | <ul style="list-style-type: none"> An extensive marketing plan has been developed to create more awareness using all the social media platforms for the Authority |
| Diversify the channels used to deliver media messages and implement promotional campaigns | |
| Introducing new channels to promote to reach a larger segment of customers (Facebook - SMS - Interactive Human Resources Magazine - Smart Application Notifications) | |
| Developing the marketing campaigns implemented by the authority to be more attractive in terms of presentation and style and focus on designing promotional messages in an interactive and infographic format rather than designing content in the form of text and images | |