



النتائج والإجراءات التصحيحية



لاستبيان قياس مستوى رضا المتعاملين
عن المواد المنشورة من قبل الهيئة
الاتحادية للموارد البشرية الحكومية 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 المواد المنشورة من قبل الهيئة 2021، تم الأخذ بمقترحات ومرئيات المشاركين من الحكومة الاتحادية والجمهور في الاستبيان، التي من شأنها المساعدة في تطوير إصدارات الهيئة والمواد المنشورة ووضع آلية للتسويق ورفع مستوى التوعية بمبادرات ومشاريع الهيئة من خلال الإصدارات الإلكترونية أو الورقية.

تم الوقوف على النتائج واستلام ما يقارب 30 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 للمنشورات وإصدارات الهيئة بصيغه تفاعليه وانفوجرافيك اكثر
- نشر إصدارات الهيئة عن طريق البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي
- استحداث أبواب جديدة في مجلة الموارد البشرية الشهرية مثل (باب حول الإجراءات الاحترازية – قانون الوارد البشرية)
- تكثيف الحملات الترويجية بالإصدارات (باللغتين) وعلى جميع مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة نسبة القراء
- التركيز على المظهر العام للمنشورات والإصدارات





الإجراءات التصحيحية:

تم إطلاق الاستبيان لقياس مستوى رضا المتعاملين عن المواد المنشورة من قبل الهيئة 2021 وتم وضع الإجراءات التصحيحية بناءً على ملاحظات المشاركين وأخذها بعين الاعتبار لتطوير الإصدارات بشكل أفضل.

الاطار الزمني للتنفيذ	الإجراءات التصحيحية
مستمرة على مدار العام	• التركيز على تصميم الرسائل الترويجية للمنشورات وإصدارات الهيئة بصيغه تفاعليه وانفوجرافيك اكثر من تصميم المحتوى على شكل نص وصورة
مستمرة على مدار العام	• التركيز على نشر إصدارات الهيئة عن طريق البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي
مستمرة على مدار العام	• استحداث أبواب جديدة في مجلة الموارد البشرية الشهرية مثل (باب حول الإجراءات الاحترازية – قانون الوارد البشرية)
مستمرة على مدار العام	• تكثيف الحملات الترويجية بالإصدارات (باللغتين) وعلى جميع مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة نسبة القراء
مستمرة على مدار العام	• التركيز على المظهر العام للمنشورات والإصدارات



Results and Corrective Actions

Questionnaire to measure the of
Customer Satisfaction with the
Materials Published by the FAHR in
2021





Results and Corrective Actions

After analyzing the results of the questionnaire that measures the Customer Satisfaction with the Materials Published by the FAHR in 2021, the suggestions and views of the participants from the federal government and the public were taken into consideration in the questionnaire, which would help in developing the authority's publications and published materials, establishing a marketing mechanism and raising awareness of the authority's initiatives and projects through Electronic or Paper versions.

The results were examined and about 30 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:

- Focusing on designing promotional messages for the Authority's publications in an interactive and infographic format
- Publishing the Authority's publications via e-mail and social networking sites
- Introducing new sections in the monthly HR Magazine, such as (section on precautionary measures – HR Law)
- Intensifying promotional campaigns with publications (in both languages) and on all social media sites to increase the readership
- Focus on the general appearance of publications



Corrective Actions:

The questionnaire was launched to measure the Customer Satisfaction with the Materials Published by the FAHR in 2021 . Corrective actions were developed based on the feedback of the participants and took into consideration to develop the publications better.

Corrective Actions	Action
Focusing on designing promotional messages for the Authority's publications in an interactive and infographic format	<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
Publishing the Authority's publications via e-mail and social networking sites	
Introducing new sections in the monthly HR Magazine, such as (section on precautionary measures – HR Law)	
Intensifying promotional campaigns with publications (in both languages) and on all social media sites to increase the readership	
Focus on the general appearance of publications	