

دورة تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية وبناء ثقة الجمهور

2026 – 12 نوفمبر

عن بعد





دورة تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية وبناء ثقة الجمهور

المرجع: 113_14319 التاريخ: 8 - 12 نوفمبر 2026 المكان: عن بعد الرسوم: GBP 1700

ملخص البرنامج

تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية وبناء ثقة الجمهور دورة تدريبية تمتد 5 أيام لقيادات الخدمة والاتصال في القطاع العام على المستوى الاستراتيجي، يخرج منها كل مشارك بخطة لثقة الجمهور وسمعة جهته. فالجهة الحكومية تقاس بطريقة تعاملها مع شكوى واحدة بقدر ما تقاس ببياناتها الرسمية، ومع ذلك تعمل فرق الخدمة وفرق العلاقات العامة في الغالب كل بمعزل عن الأخرى. ويجمع البرنامج معايير الخدمة ومعالجة الشكاوى والإعلام العام وقياس الثقة في مسار عمل واحد. تقدم هذا البرنامج في تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية مارس للتدريب المملكة المتحدة.

المبررات المؤسسية

حين تكون وعود الخدمة غامضة، وتتناقض القنوات فيما بينها، وتضيع الشكاوى في قوائم الانتظار، يفقد المستفيدون ثقتهم وتملاً وسائل الإعلام الفراغ. أما القادة الذين يضعون معايير واضحة، ويتعاملون مع الشكاوى بوصفها معلومات قيمة، ويتحدثون بصوت مؤسسي واحد، فيقللون التواصل المتكرر ويحتوون الأزمات المتعلقة بالسمعة مبكراً.

- ثقة الجمهور ورضا المستفيدين: يرتفعان حين تبنى سرعة الاستجابة والموثوقية في كل قناة خدمة.
- التواصل غير الضروري وحجم الشكاوى: ينخفضان حين تعالج الأسباب الجذرية وتنشر المعلومات قبل أن يضطر المستفيد إلى السؤال.
- التعرض لمخاطر السمعة: يتقلص حين ترصد إخفاقات الخدمة مبكراً وتعالج باستجابة إعلامية منسقة.

المبادئ والأساس المعرفي

- محركات الثقة في المؤسسات العامة لدى منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: الاستجابة والموثوقية والنزاهة والانفتاح والعدالة، وتستخدم لتشخيص الخدمات في الجلسة 1.
- موثيق الخدمة وموئيق المستفيدين: تؤطر المعايير المنشورة وأزمدة الاستجابة ومسارات الشكاوى التي تصمم في الجلسة 2.
- المواصفة ISO 10002 لإرشادات معالجة الشكاوى: تنظم إجراءات الشكاوى والملاحظات التي تبنى في الجلسة 3.
- المواصفة ISO 10004 لإرشادات رصد رضا العملاء: توجه قياس الرضا والثقة ورفع التقارير عنهما في الجلسة 4.



المشاركون المستهدفون

- القادة المسؤولون عن جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين عبر المكاتب ومراكز الاتصال والقنوات الرقمية.
 - المدبرون الذين يتولون السمعة المؤسسية والعلاقات الإعلامية والإعلام العام.
 - كبار المدبرين الذين يضعون معايير الخدمة ويرفعون تقارير الأداء إلى القيادات العليا ومجالس الإدارة.
 - رؤساء إدارات الشكاوى والجودة الذين يحولون ملاحظات المستفيدين إلى تحسينات في الخدمة.
- يخدم البرنامج الوزارات والهيئات والبلديات ومرافق الخدمات العامة وجهات الصحة والتعليم والشركات المملوكة للدولة.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص خدمة عامة في ضوء محركات الثقة المؤسسية المعترف بها.
2. سيكون المشاركون قادرين على إعداد ميثاق خدمة بمعايير قابلة للقياس ومسارات واضحة للشكاوى.
3. سيكون المشاركون قادرين على تصميم نموذج خدمة متعدد القنوات يقدم إجابات متسقة في كل قناة.
4. سيكون المشاركون قادرين على تقييم بيانات الشكاوى والملاحظات لتحديد الأسباب الجذرية ومخاطر السمعة.
5. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب أولويات الإعلام العام والعلاقات الإعلامية التي تدعم وعود الخدمة.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير مجموعة من مؤشرات الثقة والسمعة لتقارير الإدارة العليا.

هيكل البرنامج

اليوم 1: أسس تجربة المستفيد وثقة الجمهور

ما الذي يجعل المستفيد يثق بالجهة العامة أو يفقد ثقته بها؟

- محركات الثقة لدى منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: الاستجابة والموثوقية والنزاهة
- رسم رحلة المستفيد عبر أحداث الحياة
- تحليل الفجوة بين وعد الخدمة والتجربة الفعلية
- تقسيم أصحاب المصلحة والجمهور في الجهات العامة
- مراجعة خط الأساس للسمعة المؤسسية

اليوم 2: موثيق الخدمة والتقديم متعدد القنوات

كيف تكتب وعود الخدمة وتنشر وتقدم باتساق؟



- تصميم ميثاق الخدمة ووضع المعايير
- تعهدات زمن الاستجابة والحل
- مواصفة المكاتب ومراكز الاتصال والقنوات الرقمية
- قاعدة معرفة موحدة وإجابات متسقة
- إتاحة الوصول وتصميم الخدمة الدامجة

اليوم 3: الشكاوى والملاحظات واستعادة الخدمة

كيف تتحول الشكاوى إلى معلومات بدلا من تراكمها؟

- تصميم إجراءات الشكاوى وفق ISO 10002
- تصنيف الشكاوى حسب أسبابها الجذرية
- مبادئ استعادة الخدمة في الجهات العامة
- مسارات التصعيد والإحالة إلى جهات التظلم المستقلة
- إشارات الإنذار المبكر لمخاطر السمعة

اليوم 4: العلاقات العامة والإعلام وقياس الثقة

كيف نتحدث الجهة بصوت واحد ونثبت التقدم؟

- التخطيط الاستباقي للإعلام العام
- العلاقات الإعلامية وبروتوكولات المتحدث الرسمي
- رصد وسائل التواصل الاجتماعي والاستجابة السريعة
- قياس الرضا والثقة باستخدام ISO 10004
- مؤشرات السمعة ولوحات المتابعة التنفيذية

اليوم 5: تطبيق خطة ثقة الجمهور والسمعة

كيف تجمع الخدمة والشكاوى والاتصال في خطة واحدة؟

- تشخيص الثقة في خدمة أحد المشاركين
- أولويات تحسين الميثاق والقنوات
- تحويل نتائج الشكاوى إلى إجراءات اتصال
- الحوكمة المشتركة لفرق الخدمة والعلاقات العامة
- عرض خطة ثقة الجمهور والسمعة



المنهجية

يعتمد البرنامج على تحليل حالات من حوادث الخدمة العامة وجهود الإصلاح في البلديات والقطاع الصحي ومرافق الخدمات. ويرسم المشاركون رحلات المستفيدين، ويختبرون الموائيق مقابل بيانات شكاوى فعلية، ويتدربون على الاستجابة العلنية لإخفاقات الخدمة، فيما يناقش الزملاء المعالجة التشغيلية والرسالة الإعلامية معا.

- نشاط مقترح: إعادة صياغة وعد خدمة غامض إلى معايير ميثاق قابلة للقياس.
- نشاط مقترح: تصنيف شكاوى شهر كامل حسب السبب الجذري ومستوى مخاطر السمعة.
- نشاط مقترح: إعداد تصريح للمتحدث الرسمي حول انقطاع خدمة افتراضي.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة ثقة الجمهور وسمعة جوته، تتضمن تشخيصا للثقة، ومعايير ميثاق معدلة، وتحسينات في القنوات ومعالجة الشكاوى، وجدولا للإعلام العام، ومجموعة من مؤشرات السمعة، جاهزة لعرضها على فريق القيادة.

الأسئلة الشائعة

هل تناسب دورة تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية مديري الاتصال إلى جانب رؤساء الخدمة؟

نعم، فهي مصممة للقيادات العليا في جانبي تقديم الخدمة والعلاقات العامة، وتفترض خبرة في إدارة وظيفة تتعامل مع الجمهور دون اشتراط تدريب سابق في قياس الثقة.

ما الأطر التي تقوم عليها دورة تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية؟

تستند إلى محركات الثقة في المؤسسات العامة لدى منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وموائيق الخدمة، والمواصفة 10002 ISO لمعالجة الشكاوى، والمواصفة ISO 10004 لرصد الرضا.

كيف تستخدم خطة ثقة الجمهور والسمعة الناتجة عن دورة تجربة المستفيد في العمل؟

تعود بخطة يمكن للقيادة اعتمادها، تحدد تعديلات الميثاق وتحسينات الشكاوى وأولويات الاتصال والمؤشرات التي تبين ما إذا كانت ثقة الجمهور تتحسن.



بم تختلف تجربة المستفيد والعلاقات العامة الحكومية عن برامج العلاقات العامة في الشركات؟

تربط السمعة مباشرة بتقديم الخدمة في الجهات العامة، وتعد الشكاوى والمواثيق واتساق القنوات أساس الثقة بدلا من الحملات الترويجية.