

رقم الدورة 1915

دورة تحليلات صوت العميل في قطاع التأمين

تجربة العملاء وخدمات التأمين
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم دورة تحليلات صوت العميل في قطاع التأمين إطاراً عملياً متكاملًا لتحويل آراء العملاء وملاحظاتهم وشكاواهم وتقييماتهم ونتائج الاستبيانات وتفاعلاتهم إلى رؤى قابلة للتنفيذ تدعم اتخاذ قرارات أكثر دقة وتحسن تجربة العميل. وتركز الدورة على كيفية جمع بيانات العملاء وتحليلها وتفسيرها وربطها بالأداء التشغيلي والاستراتيجي لشركات التأمين.

يتعرف المشاركون على الأساليب الحديثة لفهم توقعات العملاء واحتياجاتهم عبر مختلف مراحل دورة التأمين، بدءاً من تطوير المنتجات والاكتمال وإصدار الوثائق، مروراً بخدمة الوثائق والمطالبات، ووصولاً إلى التجديد وخدمات العملاء وقنوات التوزيع الرقمية والتقليدية.

كما تتناول الدورة أساليب تحليل البيانات، وتحليل النصوص، وتحليل المشاعر، وتصنيف العملاء، وتحليل الاتجاهات، والتحليلات التنبؤية بهدف اكتشاف احتياجات العملاء المتكررة، ومصادر عدم الرضا، ونقاط التعثر، ومشكلات الخدمة، والفرص المتاحة لتحسين المنتجات والعمليات والخدمات التأمينية.

وتركز الدورة كذلك على حوكمة بيانات العملاء، وجودة البيانات، وحماية الخصوصية، وأمن المعلومات، وإدارة مخاطر التحليلات، وتحويل رؤى العملاء إلى مبادرات عملية قابلة للقياس. ومن خلال الحالات العملية والتمارين التطبيقية، يطور المشاركون منهجية متكاملة لاستخدام تحليلات صوت العميل في دعم القرارات وتحسين الأداء وتعزيز ولاء العملاء.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الأهمية الاستراتيجية لتحليلات صوت العميل في شركات التأمين.
- تحديد وتقييم المصادر الرئيسية لبيانات آراء العملاء وملاحظاتهم.
- تصميم منهجيات منظمة لجمع آراء العملاء عبر مختلف نقاط الاتصال.

- تطبيق أساليب تحليل بيانات العملاء لاكتشاف الاحتياجات والتوقعات وأنماط السلوك.
- تحليل مشاعر العملاء وتحديد الموضوعات المتكررة في الشكاوى والتقييمات والاستبيانات.
- تصنيف العملاء وفق احتياجاتهم وسلوكياتهم وتفضيلاتهم وقيمتهم ومستوى تجربتهم.
- تقييم تجربة العملاء خلال مراحل شراء وثيقة التأمين وخدماتها وتسوية المطالبات وتجديدها.
- تطوير مؤشرات أداء لقياس تجربة العميل ورضاه وولائه.
- استخدام تحليلات العملاء لتحديد مخاطر فقدان العملاء ومصادر عدم الرضا وفرص تحسين الخدمة.
- تحويل رؤى العملاء إلى توصيات عملية لتطوير المنتجات والعمليات والقنوات والخدمات.
- تعزيز التكامل بين إدارات تجربة العميل والمطالبات والاككتاب والمبيعات والعمليات والتحليلات.
- تطبيق مبادئ حوكمة بيانات العملاء وحمايتها وضمان جودتها.
- تطوير لوحات معلومات وتقارير إدارية تساعد القيادات وصناع القرار على فهم رؤى العملاء.
- تطبيق التحليلات التنبؤية لاستباق احتياجات العملاء ومخاطر عدم الرضا.
- إعداد إطار عملي متكامل لتحليلات صوت العميل يتوافق مع أهداف شركة التأمين وأولوياتها الاستراتيجية.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة القيادات التنفيذية والمديرين ورؤساء الإدارات وصناع القرار في شركات التأمين والمسؤولين عن تجربة العميل والأداء المؤسسي والتطوير الاستراتيجي وجودة الخدمات. وتشمل الفئات المستهدفة القيادات والمسؤولين في إدارات تجربة العميل، والمطالبات، والاككتاب، وإدارة الوثائق، والمبيعات، والتوزيع، والتسويق، والتحول الرقمي، والعمليات، وخدمة العملاء.

كما تناسب المتخصصين والعاملين في تحليلات البيانات، وذكاء الأعمال، ورؤى العملاء، وأبحاث السوق، وتطوير المنتجات، وإدارة الشكاوى، وتحسين العمليات، وإدارة الجودة، والتخطيط الاستراتيجي، ممن يتطلب عملهم تحويل بيانات العملاء إلى رؤى قابلة للتنفيذ.

وتعد الدورة مناسبة لشركات التأمين التي تسعى إلى بناء نموذج تشغيلي أكثر تركيزاً على العميل، والاستفادة من بيانات العملاء وملاحظاتهم لتحسين المنتجات والخدمات والكفاءة التشغيلية والاحتفاظ بالعملاء وتعزيز القيمة طويلة الأجل.

مخرجات التعلم

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- بناء إطار متكامل لتحليلات صوت العميل داخل شركة التأمين.
- تحديد نقاط الاتصال الرئيسية في رحلة العميل وتحليل أثرها على تجربة العميل.
- جمع ودمج بيانات العملاء من الاستبيانات والشكاوى والتقييمات والمكالمات والقنوات الرقمية.
- تحليل البيانات الكمية والنوعية لاكتشاف الأنماط والاتجاهات المهمة.
- تطبيق تحليل المشاعر والموضوعات على تعليقات العملاء وتفاعلاتهم.
- تحديد العوامل الرئيسية المؤثرة في رضا العملاء وعدم رضاهم وولائهم.
- تطوير شرائح العملاء وفق الخصائص السلوكية وتجاربهم واحتياجاتهم.
- تحليل تجربة العملاء في المطالبات والخدمات والمنتجات التأمينية.
- ربط رؤى العملاء بالمؤشرات التشغيلية والمالية ومؤشرات الأداء المؤسسي.
- تطوير لوحات معلومات وتقارير إدارية واضحة لرؤى العملاء.
- اكتشاف الاتجاهات الناشئة والتغيرات في توقعات العملاء.
- استخدام التحليلات التنبؤية لتحديد العملاء أو العمليات التي تتطلب تدخلاً استباقياً.
- ترتيب أولويات مبادرات تحسين تجربة العميل وفق أثرها على الأعمال.
- تطبيق ضوابط جودة البيانات والخصوصية والأمن والحوكمة في تحليلات العملاء.

- إعداد خارطة طريق عملية لتطبيق تحليلات صوت العميل ودعم القرارات القائمة على البيانات.
- المحاوور التدريبية

محاوور الدورة

اليوم الأول

أسس تحليلات صوت العميل في قطاع التأمين

- مفهوم صوت العميل ودوره في بناء شركات التأمين المتمحورة حول العميل.
- أهمية تحليلات العملاء في تطوير الأداء التأميني.
- مصادر بيانات صوت العميل: الاستبيانات، الشكاوى، المكالمات، التقييمات، القنوات الرقمية والتفاعلات التشغيلية.
- تحديد نقاط الاتصال ورحلة العميل في قطاع التأمين.
- تحديد اللحظات الحرجة المؤثرة في رضا العميل وولائه.
- ربط صوت العميل بالأداء التشغيلي والمالي والاستراتيجي.
- تصميم إطار متكامل لجمع بيانات العملاء وتحليلها.
- تطبيق عملي: بناء خريطة رحلة العميل وتحديد أهم نقاط الاتصال ومصادر بيانات صوت العميل.

اليوم الثاني

تحليل بيانات العملاء وفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم

- مبادئ تحليل بيانات العملاء في شركات التأمين.
- تنظيف بيانات العملاء وتحسين جودتها واتساقها.
- تحليل الاستبيانات ونتائج رضا العملاء.
- تحليل الشكاوى وملاحظات العملاء.

اليوم الثاني — تابع

- تحليل النصوص والتعليقات والمراجعات.
- تحليل مشاعر العملاء والاتجاهات المتكررة في آرائهم.
- تحديد أسباب الرضا وعدم الرضا.
- تصنيف العملاء وفق الاحتياجات والسلوك والقيمة.
- اكتشاف الفجوات بين توقعات العملاء ومستوى الخدمة الفعلي.
- تطبيق عملي: تحليل مجموعة من بيانات العملاء واستخراج أهم أسباب الرضا وعدم الرضا والموضوعات المتكررة.

اليوم الثالث

تحليلات تجربة العميل في المنتجات والعمليات التأمينية

- تحليل تجربة العميل أثناء شراء وثيقة التأمين.
- تحليل تجربة الاكتتاب وإصدار الوثائق.
- تحليل تجربة خدمة الوثائق والتعديلات والتجديد.
- تحليل تجربة تقديم المطالبات وتسويتها.
- تحليل أداء قنوات التوزيع وخدمة العملاء.
- تحليل نقاط التعثر والاحتكاك في العمليات التأمينية.
- ربط شكاوى العملاء بمؤشرات الأداء التشغيلي.
- تحديد أسباب التأخير وضعف مستوى الخدمة.
- استخدام تحليلات العملاء لتحسين المنتجات والخدمات.
- تحليل العلاقة بين تجربة العميل والاحتفاظ بالعملاء والقيمة طويلة الأجل.
- تطبيق عملي: تحليل رحلة مطالبة تأمينية من منظور العميل وتحديد فرص تحسين التجربة والعمليات.

اليوم الرابع

التحليلات المتقدمة والتنبؤية لصوت العميل

- الانتقال من تحليل ردود الفعل إلى التنبؤ باحتياجات العملاء.
- استخدام التحليلات التنبؤية لتحديد احتمالية عدم الرضا.
- تحديد العملاء المعرضين للانسحاب أو عدم التجديد.
- تحليل العوامل المؤثرة في ولاء العملاء.
- اكتشاف الأنماط غير الطبيعية في شكاوى العملاء.
- استخدام الذكاء الاصطناعي والتحليلات المتقدمة في فهم تفاعلات العملاء.
- تحليل البيانات غير المهيكلة من المكالمات والتعليقات والمراسلات.
- تحديد الاتجاهات الناشئة في توقعات العملاء.
- بناء مؤشرات الإنذار المبكر لتدهور تجربة العميل.
- تحويل نتائج التحليل إلى إجراءات استباقية.
- تطبيق عملي: تطوير نموذج تحليلي مبسط لتحديد العملاء أو العمليات الأكثر عرضة لمشكلات تجربة العميل.

اليوم الخامس

حوكمة تحليلات صوت العميل ودعم اتخاذ القرار

- حوكمة بيانات العملاء ومسؤوليات إدارتها.
- جودة البيانات ودقة نتائج تحليلات العملاء.
- حماية خصوصية العملاء وأمن معلوماتهم.
- إدارة مخاطر التحليلات والنماذج المستخدمة في فهم العملاء.
- تصميم مؤشرات الأداء الخاصة بتجربة العميل.
- بناء لوحات المعلومات والتقارير التنفيذية.

اليوم الخامس — تابع

- عرض رؤى العملاء للإدارة العليا وصناع القرار.
- تحديد أولويات مبادرات تحسين تجربة العميل.
- ربط تحليلات صوت العميل بالاستراتيجية والأداء والربحية.
- بناء نموذج تشغيلي مستدام لتحليلات صوت العميل.
- إعداد خارطة طريق لتطبيق تحليلات صوت العميل داخل شركة التأمين.
- ورشة ختامية: تطوير إطار متكامل لتحليلات صوت العميل لشركة تأمين، يتضمن مصادر البيانات، ومؤشرات الأداء، والتحليلات المطلوبة، وآليات الحوكمة، وأولويات التحسين، وخطة التنفيذ.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/voice-of-customer-analytics-for-insurance-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440