



دليل التواصل مع الشركاء



تمهيد

تهدف الجمعية إلى الارتقاء بخدمة الشركاء من خلال تحسين خدمات الجمعية وتوفير المعلومات وتسهيل الإجراءات بما يحقق التميز في خدمة الشركاء واستقبال شكواهم واقتراحاتهم.

إن رضا المتعامل مرتبط بتوفير معلومات دقيقة ومحدثة عن الخدمات والحصول عليها بسهولة، ولهذا تحرص الجمعية على توفير المعلومات الشاملة عن خدماتها المقدمة للمتعاملين، وأن تكون على تواصل دائم مع الشركاء من خلال توعيتهم بالخدمات أو التحديثات التي طرأت عليها أو المتطلبات أو مكان تقديم الخدمات وغيرها من المعلومات الضرورية التي يتوجب على الجهة توفيرها للمتعاملين بشكل مستمر مما يساهم في رفع مستوى رضا الشركاء.





الفصل الأول

الهدف من الدليل:

- التعريف بمعايير التواصل وتنقيف الشركاء .
- إعداد منهجية توعية الشركاء من خلال قنوات التواصل .
- تحديث المعلومات وإيصالها للمتعاملين بشكل مستمر .
- تفعيل قنوات التواصل مع الشركاء بما يحقق توقعاتهم .
- قياس كفاءة وفعالية التواصل وتفاعل الشركاء عبر القنوات المتاحة والعمل على التحسين المستمر .

نطاق الدليل:

- المعايير الخاصة بمعلومات ومنهجية نشره .
- دور الجمعية في التواصل وتوعية الشركاء عن مكانها وخدماتها .
- دور جميع الموظفين العاملين بالجمعية والإدارات المختصة بالتواصل مع الشركاء .
- تبادل المعلومات بين الجمعية والشركاء عبر قنوات التواصل .





الفصل الثاني

التعريفات:

الشراكة:

هي علاقة متينة بين الجمعية وشركائها لإيجاد وتبادل قيمة مضافة لكل الأطراف المشاركة.

الشريك:

الجهة التي توقع معها الجمعية اتفاقية تعاون أو مذكرة تفاهم للعمل معها على تحقيق أهداف وفوائد مشتركة.

تقييم الشركاء:

دراسة الشراكات من حيث التزام الشركاء بمعايير الشراكة وبنود الاتفاقيات الموقعة معهم من خلال استبانة تقييم الشركاء .

مفهوم المعلومات:

عبارة عن البيانات الخاصة بالجمعية وخدماتها المقدمة للمتعاملين، ومنها استراتيجية ورسالة الجمعية، وقائمة الخدمات، وقنوات تقديم الخدمة، والمستندات المطلوبة للحصول على الخدمة وغيرها من المعلومات التي يحتاجها المتعامل للحصول على





معلومات ثابتة: لا تتغير على المدى القصير وترتبط بالقوانين والإجراءات الخاصة بالجمعية، مثل المستندات المطلوبة للحصول على الخدمة، مواقع تقديم الخدمة.

معلومات متغيرة: وتختص بالخدمات التي تطرأ عليها التغييرات بشكل مستمر، مثل أوقات تقديم الخدمة، الخدمات الجديدة، قنوات تقديم الخدمة.

المعلومات من الجمعية للمتعاملين:

معلومات عن خدمات الجمعية:

هي المعلومات الخاصة بالخدمات التي تقدمها الجمعية بشكل عام وذلك من خلال عرض قوائم الخدمات وبياناتها، مع توضيح الإجراءات والأنظمة الخاصة بالحصول على الخدمات والمستندات المطلوبة، وهذا يحتم على الجمعية توفير معلومات حول الخدمات المقدمة عبر قنواتها المختلفة مع التوضيح ما إذا كانت الخدمات تعتمد على خدمات أخرى أي أن حصولها مرتبط بتقديم خدمة معينة سواء في الجهة نفسها أو جهات أخرى ومن أهم هذه المعلومات:

الوثائق المطلوبة:

وهي عبارة عن المستندات اللازمة للحصول على الخدمة أو إنجازها وثائق شخصية مثل الهوية السعودية أو هوية مقيم لغير السعوديين، بالجملة يجب على الجمعية توضيح جميع المستندات المطلوبة للمتعاملين وكيفية تقديمها والتنبيه في حالة وجود أي





تغييرات طرأت عليها، بالإضافة إلى توضيح المستندات المطلوبة لكل إجراء من إجراءات الحصول على الخدمة أو إنجازها إذا تطلب الأمر ذلك.

إجراءات وشروط الحصول على الخدمات (رحلة المستفيد) :

• عبارة عن المعلومات التي توضحها الجمعية حول آلية تقديم الخدمة والإجراءات والخطوات المطلوبة من المتعامل لإنجاز الخدمة منذ طلب الحصول على معلوماتها .

• والإجراءات التي تمر بها حتى لحظة إنجازها مع تحديد الوقت المستغرق للحصول على الخدمة بناء على مؤشرات الأداء الخاصة بالخدمة، وتوضيح الخطوات للخدمات المقدمة إلكترونياً أو التي يمكن الحصول عليها من خلال التطبيقات الذكية وهذه المعلومات مرتبطة بضرورة توثيق الإجراءات مع ربطها بالإطار الزمني المطلوب لكل إجراء .

• معلومات الحصول على الخدمة: توجد العديد من قنوات التواصل المتاحة للمتعاملين للحصول على خدمات الجمعية سواء كانت مواقع تقديم الخدمة مثل المركز الرئيسي والفروع، أو توفر الخدمات على القنوات الذكية مثل التطبيق الذكي، أو بيانات الاتصال الخاصة بالقنوات مثل أرقام الهواتف أو حسابات التواصل الاجتماعي .

واقع تقديم الخدمة: يتوجب على الجمعية أن توضح للمتعاملين (الشركاء) أماكن تقديم الخدمات سواء كانت تقدم في المقر الرئيس أو الفرع التابع للجمعية، وعلى الجمعية تحديث مواقع تقديم الخدمة وتوفير الخرائط الإرشادية على مواقعها الإلكترونية .

خريطة الموقع خرائط جوجل، إحداثيات الموقع، وصف الموقع، صور للمبنى، تطبيق عنواني إلخ.



أوقات تقديم الخدمة: يجب على الجمعية تزويد الشركاء بالأوقات الخاصة بعملها وأوقات عمل مراكز خدمة الشركاء، والأوقات الخاصة بتقديم خدمات معينة، مع توضيح أوقات الخدمات الخاصة بالجهة والتي تقدم من خلال مراكز أو جهات أخرى ونشرها في جميع قنوات التواصل. ومن الأمثلة على ذلك:

أوقات عمل الجمعية، أوقات عمل الخدمات الصحية، أوقات عمل الجمعية في شهر رمضان المبارك، أوقات العمل في الإجازات الرسمية، تحديد الأوقات الخاصة بنشر المعلومات، الأخبار عبر القنوات المختلفة، تحديد أوقات تقديم الخدمات ذات الطبيعة الموسمية.

الخدمات الذكية للجمعية: لتسهيل الخدمات والإجراءات على الشركاء يجب على الجمعية توعية الشركاء بالخدمات الذكية التي توفرها لهم سواء كانت عن طريق الموقع الإلكتروني أو من خلال التطبيقات الذكية أو غيرها من الوسائل، مع توضيح طرق استخدام هذه الوسائل للحصول على الخدمة، وتوضيح أهمية استخدام هذه القنوات من خلال توضيح الوقت المستغرق لإنجاز الخدمات المقدمة عبر القنوات الرقمية مقارنة بالخدمات المقدمة عبر القنوات التقليدية، بالإضافة إلى توضيح الجهد المبذول لإنجاز الخدمات وطرق استلام الخدمة عبر القنوات الرقمية والتقليدية من خلال عمل المقارنات بطريقة إبداعية بهدف تحفيز الشركاء للتوجه لتقديم الخدمات عبر القنوات الرقمية. كما يمكن للجمعية توعية الشركاء بتجربة عناية الذي يقدم خدمات تفاعلية مع الشركاء.





قنوات التواصل:

يقصد بقنوات التواصل أي وسيلة تسهم في التواصل بين الجمعية والمعنيين ويستطيع المتعاملون من خلالها الحصول على المعلومات الخاصة بالجمعية، وهذا يقتضي على الجمعية والشركاء عرض الخدمات وبياناتها في قنوات التواصل المختلفة، ومن تلك

القنوات:

أولاً: القنوات الخاصة بالجمعية .

جوالات التواصل الجمعية/ الرقم الهاتفي / الموقع الإلكتروني/ البريد الإلكتروني / مواقع التواصل الاجتماعي/ التطبيقات الذكية الخاصة بالجمعية / الرسائل النصية القصيرة (SMS)

الشاشات الإلكترونية الإعلانية .

السيارات المتحركة .

الملتقيات السنوية التي تنظمها الجمعية مع شركائها .

الكتيبات والمطبوعات .

ثانياً: القنوات الخاصة بالشركاء .

الوزارات الحكومية/ القطاع الأهلي / القطاع الخيري / الصحف الرسمية / الإذاعة والتلفاز .





ولضمان وصول المعلومات والبيانات يجب تفعيل جميع قنوات التواصل مع الشركاء وذلك لترك حرية الاختيار للمتعاملين في اختيار القناة المفضلة للحصول على المعلومات أو التواصل مع الجهة، بالإضافة إلى ضمان تناسق بيانات الخدمات في جميع القنوات المختلفة والمتاحة.

بيانات التواصل:

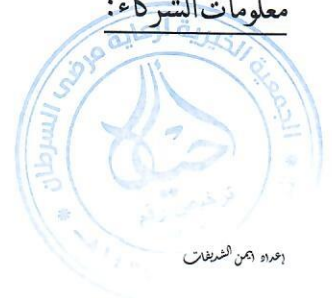
يجب على الجمعية تأمين أرقام/ عناوين التواصل للمتعاملين بشكل واضح وتحديث هذه المعلومات بشكل مستمر من خلال طلب المعلومات، الاستفسارات، تقديم شكوى أو تقديم مقترح وغيرها.

ومن أهم بيانات التواصل جوالات تواصل الجمعية، الرقم الهاتفي، الموقع الإلكتروني/ البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، التطبيقات الذكية الخاصة بالجمعية، الدردشة الإلكترونية، الرسائل النصية القصيرة (SMS) الشاشات الإلكترونية الإعلانية.

حسابات التواصل الاجتماعي:

على الجمعية إبراز الحسابات الحالية وإضافة أي حسابات أخرى جديدة لينكد إن، جوجل بلس، فيس بوك، يوتيوب، إنستغرام، واتس أب، تويتر، سناب شات.

معلومات الشركاء:





يتوجب على الشركاء التواصل مع الجمعية للاستفسار، أو تقديم شكوى أو اقتراح أو ثناء من خلال جميع قنوات التواصل المتاحة، والهدف من هذا التواصل بناء ثقافة المبادرة والمشاركة في تحسين خدمات الجمعية وعليها دراسة وتحليل الاستفسارات والشكاوى بما يسهم في تعزيز الثقة بينها والشركاء، بالإضافة إلى قياس دورها من خلال تفاعل الجمعية مع الجمهور من خلال الاستجابة والرد على الأسئلة والاستفسارات والتعليقات، مع ضرورة عدم تجاهل أي استفسار أو طلب معلومات بالإضافة إلى مدى تجاوب الشركاء مع حسابات الجهة المتوفرة عبر قنوات التواصل الاجتماعي المختلفة.

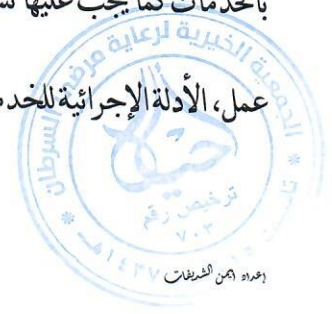
الفصل الثالث

معايير المعلومات

لضمان نشر المعلومات الصحيحة عن خدمات الجمعية المقدمة للمتعاملين وتناسقها في القنوات المختلفة ال بد من مراعاة المعايير الخاصة بالمعلومات حتى ال يكون هناك تضارب المعلومات في القنوات المختلفة الأمر الذي يؤدي إلى عدم استفادة المتعامل من المعلومات المقدمة، أو نشر المعلومة في الوقت غير المناسب . ومن أهم تلك المعايير:

١. المعرفة:

على الجمعية نشر المعرفة في نطاقها قبل نشر أي معلومة عن الخدمات أو التغييرات التي طرأت عليها، أو قيامها بأي فعالية خاصة بالخدمات كما يجب عليها نشر المعلومات الخاصة بالخدمات على جميع الموظفين بالطريقة التي تراها مناسبة (تدريب، ورشة عمل، الأدلة الإجرائية للخدمات) وتأتي أهمية نشر المعلومات داخليا إلى:





- جميع الموظفين سيكونون على معرفة بالخدمات حيث يعتبر الموظف من أهم قنوات التواصل للمتعاملين .
- استلام التغذية الراجعة من الموظفين بشأن الخدمات قبل نشرها للمتعاملين .
- معرفة الموظف بأنظمة الخدمات وإجراءاتها وذلك بهدف التميز في تقديم الخدمات للمتعاملين .
- معرفة الموظف المختص بالقنوات التي توافر فيها الخدمات وتحديثاتها لضمان تناسق المعلومات المقدمة للمتعاملين من قبل الموظف مقارنة بالقنوات الأخرى، مثل الموقع الإلكتروني للجهة .

٢. الدقة:

على الجمعية قبل إخراج أي معلومة التدقيق على المحتويات والتأكد من مضمونها ومن صحة ودقة البيانات المنشورة بهدف المحافظة على سمعة الجمعية، والالتزام بمبدأ المصداقية أمام الشركاء، ومن ثم ضرورة الاحتفاظ بأرشفة يضم المواد التي تم نشرها .

٣. الجودة:

على الجمعية توفير المعلومات التي تلي أو تفوق توقعات الشركاء من حيث الجودة وطريقة العرض على أن تلتزم بالمعايير الآتية:

- فصاحة وسلامة اللغة .
- صحة المعلومات وسلامتها من الأخطاء اللغوية والإملائية .



• توثيق المعلومة والمصدر بصورة تتناسب مع فئات الشركاء وبأسلوب مشوق ولا سيما على شبكة التواصل الاجتماعي.

• استخدام الصور المعبرة عن المعلومة المعروضة.

• التأكد من الترجمة في حالة نقلها للغات الأجنبية بواسطة مختصين.

• استخدام اللغة السهلة مع جميع فئات المجتمع والابتعاد عن الكلمات اللغوية المعقدة.

٤. التناسق:

على الجمعية التأكد من تناسق المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة للمتعاملين وبياناتها المعروضة في مختلف قنوات التواصل مع الشركاء وضمان عدم تضاربها من خلال ربط المعلومات بمصادرهما وذلك باستخدام الروابط الإلكترونية حتى يتم تسهيل عملية التحديث بشكل ربع سنوي في جميع القنوات.

كما على الجمعية ضرورة توضيح الأدوار والمسؤوليات الخاصة بالخدمات أو الشكاوى والمقترحات وذلك بهدف التنسيق مع المعنيين قبل نشر أي محتوى.

٥. سهولة الحصول على المعلومات:

على الجمعية التأكد من إمكانية حصول الشركاء على المعلومات في أي وقت ومن أية قناة من قنوات التواصل التي يرغب بها المتعامل، وضمان سهولة الحصول على المعلومات في الموقع الإلكتروني للجهة من خلال استخدام محركات البحث وغيرها من



أدوات عرض المعلومات بالإضافة إلى سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للحصول على المعلومات وتوافر كافة الخدمات وبياناتها المعتمدة من الجمعية على أن ينطبق هذا المعيار على جميع قنوات التواصل .

٦. الوقت :

يتوجب على الجهات مراعاة الأوقات التي يتم فيها نشر المعلومات الخاصة بالخدمات، مثال على ذلك: نشر التحديثات الخاصة بالخدمات في الوقت المناسب، أي عدم نشرها قبل إجراء التحديثات بوقت طويل أو نشرها بعد إحداث التغييرات في الخدمات بوقت طويل، كما يجب مراعاة وقت نشر المعلومات ولا سيما على حسابات التواصل الاجتماعي بحيث يتم نشر المعلومات في أوقات تناسب فئات الشركاء وطبيعة المعلومات .

٧. الاستمرارية:

لضمان استمرارية نشر المعلومات ومشاركة الشركاء من خلال قنوات التواصل، فإن الجمعية تقوم بإعداد خطة سنوية مشتركة بين جميع الإدارات تهدف إلى توعية الشركاء . وذلك من خلال استخدام الوسائل المتاحة والإعلان عن الخدمات أو التحديثات التي طرأت عليها، وتحديد المدة الزمنية اللازمة لنشر المعلومات لضمان استمرارية التواصل مع الشركاء بشكل منتظم والتأكد من عدم الانقطاع لفترات طويلة أو عدم التواصل مع الشركاء بشكل منتظم لتجنب فقدان ثقة الشركاء أو متابعتهم للقناة المستخدمة .





كما أنه من الضروري مشاركة خطط نشر المعلومات عن طريق القنوات المختلفة، ومنها وسائل التواصل الاجتماعي أو أي فعاليات أو خدمات جديدة أو حملات ترويجية تود الجمعية مشاركتها مع الجهات الأخرى ذات الاختصاص أو الجهات المشتركة في تقديم الخدمة.

٨. التحديث:

تأتي أهمية التحديثات في عدم معرفة الشركاء بها مسبقاً، وهي تشمل التغيرات التي طرأت على المستندات المطلوبة أو الإجراءات، أو أي تغيرات طرأت على أوقات تقديم الخدمات أو الرسوم أو عند نقل صالحيات تقديم الخدمة إلى جهة أخرى والتي يجب على الجمعية تحديثها بشكل دوري بالإضافة إلى إبلاغ المتعامل بالتحديثات بشكل رسمي إما عن طريق رسالة نصية أو بريد إلكتروني على أن يتم تخييره إن أراد المواصلة في الحصول على إشعارات مشابهة قائمة بالمواضيع التي يمكن تحديثها: إضافة معلومات جديدة، إضافة معلومات موسمية، التعديل على المعلومات الحالية، حذف المعلومات، دمج المعلومات، التحديث الدوري الخ.

معايير الموقع الإلكتروني:

على الجمعية أن تضع معايير معينة بالمواقع وذلك لضمان نشر المعلومات الخاصة بالخدمات لتحقيق رضا الشركاء عن الخدمات وتوقعاتهم، لكونها قناة من قنوات التواصل مع الشركاء.





ومن أهم المعايير الخاصة بالخدمات الواجب على الجمعية اتباعها:

- سهولة الوصول للموقع عن طريق البحث .
- تصميم الموقع الإلكتروني وسهولة التصفح وعرض المعلومات بالإضافة إلى سهولة التنقل في الموقع .
- احتواء الموقع على شريط عرض أهم المعلومات ومنها بيانات الخدمات التي طرأ عليها التغيير مثل أوقات تقديم الخدمة أو تحديث بعض الخدمات .
- أن يحدد الموقع بعض المعلومات أو الروابط المهمة بشكل بارز بحيث يطلع عليها المتعامل بشكل مباشر دون الحاجة للبحث عنها مثل قائمة الخدمات .
- تحديد خانة بشكل واضح للوصول إلى قائمة الخدمات وبياناتها وإجراءاتها .
- توافر الأسئلة الشائعة مع ضرورة شموليتها لكل المعلومات التي يطلبها الشركاء وأهمها معلومات الخدمات .
- توفير قسم خاص بالخدمات الأكثر طلب .
- توفير تصنيف للخدمات يدعم عملية البحث في قائمة الخدمات المطلوبة من الشركاء .
- توفير معلومات عن الخدمات الإلكترونية مع توضيح الإجراءات والوقت المستغرق لإنجازها، وقنواتها (الموقع الإلكتروني، التطبيق الإلكتروني) .
- تحديد الخدمات التي يمكن إنجازها من خلال الموقع الإلكتروني بشكل واضح وسهل الوصول
- تحديد مراكز تقديم الخدمة ومواقعها .



- تحديد طرق التواصل مع الجمعية بالإضافة إلى موقع الجهة الجغرافي.
- توفير معلومات عن الخدمات المترابطة ومراحل إنجازها من خلال توضيح رحلة التعامل وإجراءاتها.
- إتاحة إمكانية تقديم الشكاوى والمقترحات والثناء من خلال الموقع الإلكتروني مع توضيح إجراءات التعامل مع الشكاوى والمقترحات وتوضيح المدة الزمنية للرد، بالإضافة إلى تحديد القنوات الأخرى لتقديم الشكاوى والمقترحات والثناء.

- إدراج روابط مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات الأخرى للجهة.
- تحديث بيانات الخدمات بشكل دوري.

معايير التطبيق الذكي:

يعد التطبيق الإلكتروني قناة من القنوات التي تعرض الخدمة وتوفر المعلومات للمتعاملين من خلال البحث أو دفع الرسوم الخاصة بالخدمات، ولهذا تقوم الجمعية بتصميم التطبيق الإلكتروني بشكل يدعم متطلبات الشركاء وتحقيق رضاهم ويجب أن تتوفر فيه المعايير التالية:-

سهولة الوصول للتطبيق.

أن يدعم التطبيق أجهزة آي فون وأندرويد.

أن يتميز بسهولة التصميم واستخدام الخط المناسب.





سهولة التنقل في التطبيق والعودة إلى الصفحة السابقة .

الاستخدام من خلال نقاط اللمس المتعدد .

استخدام الرسومات والألوان المناسبة والتي تشير للخدمات .

متعدد اللغات .

توفير المعلومات الخاصة بالخدمات .

توفير المعلومات الخاصة بالجمعية وقنوات الاتصال .

إمكانية تقديم الشكاوى والمقترحات والثناء من خلال التطبيق .

إمكانية إنجاز الخدمات من خلال التطبيق .

توفير خاصية الدفع أو تسديد الرسوم .

توفير إمكانية الاستفادة من خصائص الجهاز مثال استخدام الكمرات، الموقع، رفع المستندات .





الفصل الرابع

شرح آلية نشر بيانات الخدمة التي تقدمها الجمعية وهي كالتالي:

١/ خطة النشر:

تشمل الرسالة المراد إيصالها للجمهور المستهدف، ووسيلة التواصل والمسؤول عنها في إطارها الزمني .

٢/ ما قبل النشر:

هناك بعض الإجراءات التي يجب اتخاذها قبل النشر ومن ذلك:

تعريف موظفي الجمعية بالمعلومات التي سيتم نشرها .

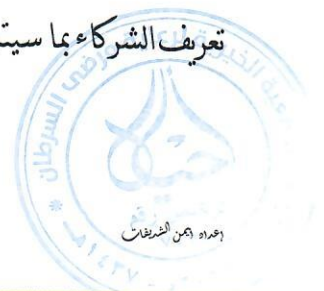
إعداد الأسئلة الأكثر شيوعاً وتوعية الموظفين بها .

مراعاة الإطار الزمني للنشر .

إعداد النصوص المراد نشرها وصياغتها صياغة مشوقة .

وصف الخدمة المراد نشرها بصورة دقيقة لاليس فيها وال غموض .

تعريف الشركاء بما سيتم نشره .





٣. محتوى النشر:

يجب أن يتفق المحتوى المراد نشره مع الآتي:

موافقة كمية المحتوى مع سياسة النشر بقنوات التواصل الاجتماعي .

التأكد من نشر محتوى مختصر وواضح وذلك لضمان وصول المعلومة للمتعاملين .

الإبداع في طريقة عرض المحتوى على الشركاء وذلك لضمان التفاعل .

مراعاة توثيق جميع ما يتم نشره بشعار الجهة .

٤. إطلاق المعلومات / وقت النشر:

عند نشر المعلومات يجب مراعاة الآتي:

تناسق المحتوى والبيانات في جميع القنوات .

إعلام الإدارات المختلفة بالجمعية بتقديم الخدمة .

مراقبة تفاعل الشركاء مع المعلومات المنشورة .

استلام التغذية الراجعة من استفسارات ومقترحات .



كما يجب مراعاة سرعة الاستجابة والرد على الطلبات والاستفسارات وعدم تجاهلها .

٥. مؤشرات القياس:

على الجمعية قياس تفاعل الشركاء مع المعلومات التي تم نشرها وتأثيرها على أداء مستوى الخدمة المقدمة للمتعاملين وطريقة الرد على استفساراتهم ورغباتهم، ومدى تأثيرها على تطوير الخدمات من خلال تفاعل الشركاء بطرح الاقتراحات من خلال الاستبانات الخاصة بقياس رضا الشركاء عن المحتوى المنشور ومدى أهمية المعلومات المنشورة للمتعاملين والوقت، وغيرها .

٦. مؤشرات الأداء:

- يتم قياس أداء الجمعية لعملية توعية الشركاء بالخدمات وبياناتها والتواصل معهم من خلال المؤشرات التي تحددها حسب طبيعة عملها مع مراعاة الأمثلة الآتية:
- تفاعل ورد الجمعية على الشركاء على أي تعليق أو استفسار عبر قنوات التواصل مع الشركاء .
- عدد الملاحظات والاستفسارات المرسلة من قبل الشركاء .
- رضا الشركاء المعد من قبل الجمعية عن فاعلية التواصل في توفير المعلومات .
- عدد مرات إعادة نشر المحتوى المنشور عن الخدمات من قبل الشركاء .
- عدد مرات استخدام التطبيقات الذكية .
- عدد قنوات التواصل مع الشركاء .





٧. قياس فعالية الموقع الإلكتروني عبر مؤشرات تحددها الجمعية:

- عدد زيارات الموقع الإلكتروني.
- نسبة التصفح.
- نسبة إنجاز الخدمات من خلال الموقع.
- توافر قوائم الخدمات وبياناتها.
- عدد مرات تنزيل التطبيق من قبل الشركاء.
- عدد مرات استخدام التطبيقات الذكية.
- يتم نشر معلومات الخدمات عبر التطبيق.
- نسبة المعاملات المنجزة من خلال التطبيق.

٨. قياس فعالية التواصل الداخلي من خلال مؤشرات تحددها الجهة:

- عدد المعلومات المنشورة للموظفين وتنوعها.
- تنوع قنوات النشر.
- مشاركة الموظفين بالآراء والمقترحات.





- معرفة الموظفين بإجراءات الخدمات وبياناتها .
- بالإضافة إلى المؤشرات التي يتم قياسها من خلال الخطة التشغيلية المنبثقة عن الخطة الاستراتيجية في الإطار الزمني المحدد لها ، ونسبة تطبيق الجمعية لبنود سياسة الاتصال .

الفصل الخامس

توعية الموظفين:

يعد الموظفون في الجمعية أحد أهم قنوات التواصل مع الشركاء وتوعيتهم بالمعلومات الخاصة بالخدمات التي تقدمها الجمعية عبر تواصلهم الدائم والمباشر معهم، وطرق تواصل الشركاء بالموظفين عبر الهاتف أو مباشرة مع الموظف سواء في نطاق الجمعية أو من خلال التواصل المجتمعي كالفعاليات وغيرها من طرق التواصل، وعليه فإن من الضروري توعية جميع الموظفين قبل نشر أي معلومة عن الخدمات أو أي تحديثات طرأت على الإجراءات أو تعديل وقت تقديم الخدمة وغيرها من المعلومات عبر طرق عديدة من أهمها:

- ورش العمل .
- التعاميم الداخلية .
- المنشورات والإصدارات .

• التدريب .





• الأدلة الإجرائية للخدمات .

• التحديث عبر البوابة الإلكترونية الداخلية .

كما يجب على الجمعية تفعيل أدوات التواصل الداخلية وذلك لأهميته في:

- تنبيه وإبلاغ جميع الموظفين بالخدمات التي تقدمها وإجراءاتها والتحديثات التي طرأت عليها، وتوعيتهم بالخدمات المترابطة والجهات المقدمة لهذه الخدمات وإجراءاتها .
- مشاركة الموظفين بأرائهم ومقترحاتهم بشأن الخدمات عبر قنوات التواصل الداخلي .
- مساهمة الموظفين بدعم عملية التغيير وتحسين خدمات الجمعية .
- تناسق المعلومات المنشورة للمتعاملين في جميع القنوات ومنها موظفي الجمعية وذلك لتواصلهم الدائم مع الشركاء .
- بناء فهم موحد عن الخدمات وإجراءاتها بين جميع الموظفين .

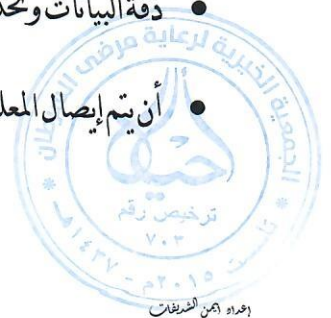
المعايير:

• أن يتم التواصل مع جميع الموظفين والتوعية بالخدمات بشكل مستمر .

• أن يتم تنويع طرق التواصل مع الموظفين للتوعية بالخدمات .

• دقة البيانات وتحديثها .

• أن يتم إيصال المعلومة في الوقت المناسب .





الموظفون المختصون:

تتطلب التقنيات الحديثة برامج وتطبيقات إلكترونية تتطلب إنشاء حساب وبموجبه يتم منح المستخدم صلاحية الدخول على الحساب والتفاعل فيه من خلال إنشاء المحتوى أو الرد أو إلغاء المحتوى وإغلاق الحساب، ومن ثم يتم تكليف أشخاص مختصين بتولي إدارة هذه الحسابات، على أن تحدد الصلاحيات الممنوحة للموظفين المختصين بدقة من حيث:

- إنشاء المحتوى ونشر المعلومة .
- العمل مع الإدارات المعنية فيما يخص المعلومات المراد نشرها .
- مراعاة الأوقات المناسبة لنشر المعلومات عبر القنوات المختلفة .
- المتابعة والرد على الشركاء .

ومما يجب توضيحه أن تبين الجمعية الحدود الفاصلة عند استخدام قنوات التواصل للموظفين والتمييز بين الأغراض المهنية والشخصية، والرجوع إلى سياسة النشر الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يتعين على الجمعية تكليف الموظفين المؤهلين للاستخدام جميع الوسائل لتوعية الشركاء والتأكد من مهاراتهم ومعارفهم التالية:

- المهارات اللغوية .
- مهارات التواصل .
- معرفة استخدام التقنيات الحديثة ومواكبة التطورات فيها .





- الحرص على تدريب الموظفين على دليل تواصل وتوعية الشركاء بشكل مستمر .
- الاطلاع على سياسة النشر الخاصة بقنوات التواصل .

الفصل السادس

خطة التوعية :

يجب على الجمعية إعداد خطة سنوية لتوعية الشركاء بجميع الخدمات وبياناتها ووضعها ضمن الأهداف الاستراتيجية للجمعية، عبر خطة عمل لنشر المعلومات تتضمن الإطار الزمني والمدة الزمنية للنشر، قنوات النشر، فئات الشركاء، التحديات، مع ضرورة تحديد طرق قياس تحقيق الأهداف .

كما يجب على الجمعية نشر المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة تسهيلا على المتعامل للحصول على الخدمات، كالآتي:

- معلومات عن متطلبات الخدمة .
- قنوات تقديم الخدمة .
- أوقات تقديم الخدمة وغيرها من المعلومات .
- كما يتوجب على الجمعية توفير هذه المعلومات وبشكل مستمر للشركاء في تقديم الخدمة ومن ثم للمتعاملين على جميع قنوات التواصل مع التأكيد على ضرورة تحديث هذه البيانات بشكل مستمر في جميع القنوات المتوفرة .





الفصل السابع

إرشادات التواصل والتوعية:

لا تفعل	افعل	الوصف
الاعتماد على قناة تواصل واحدة مع الشركاء	توفير قنوات تواصل مختلفة للمتعاملين	يتوجب على الجمعية توفير قنوات تواصل مختلفة بناء على طبيعة الجمعية وشركائها
عدم توفير قائمة موحدة لقنوات التواصل المفعلة عبر جميع قنوات التواصل الخاصة بالجهة	توحيد وذكر جميع قنوات التواصل الخاصة بالجهة عبر حساباتها وقنواتها المختلفة	توعية الشركاء بذكر جميع قنوات التواصل المتوفرة للمتعاملين عبر جميع قنوات التواصل للجمعية بشكل موحد
تباين المعلومات المقدمة للمتعاملين على قنوات التواصل المختلفة للجهة	تناسق المعلومات المقدمة للمتعاملين على جميع القنوات المختلفة والمتاحة	يجب على الجمعية التأكد من تناسق جميع المعلومات المقدمة للمتعاملين عبر قنواتها المختلفة وعدم نشر معلومات تسبب تشتيت المتعامل
الاعتماد على قنوات التواصل التقليدية	إنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي	توفير قنوات تواصل جديدة للمتعاملين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لكثرة استخدامها لدى الشركاء في الآونة الأخيرة
الاكتفاء بنشر المعلومات الرئيسة للجمعية	نشر المعلومات الثابتة والمتغيرة وتوفيرها للمتعامل ومن ثم تحديثها بشكل مستمر	التأكد من تحديث المعلومات المتوفرة للمتعامل بناء على التغييرات الطارئة والمواسم المختلفة



الاكفاء باستلام الشكاوى والمقترحات	وضع آلية للتعامل مع استفسارات وشكاوى الشركاء وأخذها بعين الاعتبار	على الجمعية الرجوع لدليل الشكاوى والمقترحات والثناء المعتمدة لدى إدارة التميز بالجمعية لوضع الآلية المقترحة
توفير خارطة غير معتمدة لموقع الجمعية على قنوات التواصل	التأكد من موثوقية الخارطة المتوفرة للمتعاملين عبر قنوات التواصل	على الجمعية التواصل مع الجهات المعنية لاعتماد الخرائط المكانية الخاصة بها
عدم توفير آلية تساعد المتعامل على فهم رحلته في الحصول على الخدمة	توفير معلومات شاملة عن خدمات الجمعية للتقديم والحصول عليها	التأكد من توعية الشركاء بالمتطلبات والخطوات الرئيسة للحصول على الخدمات مثل المستندات المطلوبة ومواقع تقديم الخدمة
استحداث قنوات جديدة لتقديم الخدمات وعدم توعية الشركاء بها	توعية الشركاء بقنوات تقديم الخدمة المختلفة والحدثة	التأكد من توعية الشركاء بجميع قنوات تقديم الخدمة ولا سيما القنوات الرقمية المستحدثة
نشر معلومات للمتعاملين قبل التدقيق والاعتماد	وضع آلية للتدقيق والاعتماد والنشر	يجب على الجمعية التأكد من صحة ودقة البيانات قبل نشرها للمتعاملين و ذلك بوضع آلية لمراحل التدقيق والاعتماد الداخلي
نشر المعلومات المهمة عن الجهة / خدماتها في أوقات غير مناسبة	مراعاة اختيار الأوقات لنشر المعلومات الخاصة بالجمعية عبر قنوات التواصل	يجب على الجمعية الالتزام بأوقات النشر عبر قنوات اتصالها واعتماد ساعات رسمية لذلك والتأكد من العمل بها



التأكد من القيام بقياس فعالية قنوات التواصل عبر الأساليب المختلفة وذلك لأغراض التحسين والتحديث	وضع مؤشرات أداء لقياس مدى فعالية قنوات التواصل للجهة	عدم القيام بقياس فعالية قنوات التواصل للجمعية
على الجمعية أن تتأكد من تخصيص موظفين لإدارة الحسابات ونشر المعلومات الخاصة بها و مركزية هذه العملية للتأكد من جودتها وفعاليتها بشكل مستمر .	تكليف أشخاص مختصين بإدارة الحسابات للتأكد من تناسق ودقة محتوى النشر	توزيع مهام توعية الشركاء عبر حسابات التواصل الاجتماعي على أقسام/ موظفين مختلفين
يجب على الجمعية تقسيم فئات الشركاء ومن ثم التواصل مع كل فئة بالطريقة المناسبة لها مثل التواصل مع ذوي الإعاقة	تنويع طرق التواصل لتتلاءم مع الفئات المختلفة في المجتمع	التواصل حسب رحلة التعامل لكل فئة من المجتمع





بسم الله الرحمن الرحيم

اطلع مجلس إدارة الجمعية الخيرية لرعاية مرضى السرطان بالمدينة المنورة أحياءها على

السياسات المنظمة لعمل وحدة التطوع في الجمعية بجلسته رقم وتاريخ وقد تم اعتمادها

سياسة خاصة بوحدة التطوع بالجمعية والتوجيه بالعمل بموجبها ونشرها ضمن

السياسات بالموقع الالكتروني الخاص بالجمعية

والله الموفق

رئيس مجلس إدارة الجمعية

معالي د. عبد العزيز بن قبلان السراني

