الدورة التدريبية: إدارة تجربة المريض ورضا العملاء في المستشفيات والمراكز العلاجية لبناء الولاء وتحسين النتائج



19 - 23 اكتوبر 2026
بوسطن
7500 € (للشخص الواحد)
Ref: #HOS5130_338296

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد إدارة تجربة المريض ورضا العملاء ركيزة أساسية للتميز في المستشفيات والمراكز العلاجية الحديثة. ففي بيئة تنافسية متزايدة، لم يعد تقديم الرعاية السريرية الممتازة كافيًا، بل يجب التركيز على كل تفاعل للمريض مع المنشأة لضمان تجربة إيجابية شاملة تؤدي إلى الولاء وتحسين النتائج الصحية. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية المتخصصة لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتصميم وإدارة تجارب مرضى استثنائية، وتعزيز رضا العملاء على طول رحلة الرعاية. تتناول الدورة مفاهيم مثل رسم خرائط رحلة المريض، نقاط الاتصال الرئيسية، جمع وتحليل ملاحظات المرضى، تمكين الموظفين، وأثر التجربة الإيجابية على السمعة والنمو. نستلهم في هذه الدورة من رواد الفكر في مجال تجربة العملاء، مثل البروفيسور B. Joseph Pine II، الذي اشتهر بمفهوم "اقتصاد التجربة"، وكتابه "The Experience Economy" الذي يؤكد على أن المستهلكين يبحثون عن تجارب لا مجرد سلع أو خدمات. سيتعلم المشاركون "من الألف الى الياء" كيفية تحديد توقعات المرضى، تجاوزها، وتحويل كل تفاعل إلى فرصة لبناء علاقة قوية من الثقة والولاء، كل ذلك بهدف نهائي يتمثل في تحقيق رضا العملاء الأمثل وتعزيز مكانة المؤسسة في السوق.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء تجربة المريض.
- مدراء العلاقات العامة وخدمة العملاء في المستشفيات.
- المشرفون على الأقسام الطبية والإدارية.
- فرق تحسين الجودة في القطاع الصحي.
- مسؤولو التسويق وتطوير الأعمال.
- مدراء العيادات والمراكز العلاجية.
- الأطباء والممرضون الذين يتعاملون مباشرة مع المرضى.
- مسؤولو التخطيط الاستراتيجي.
- المتخصصون في إدارة الجودة الشاملة.
- رواد الأعمال في مجال الخدمات الصحية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المستشفيات العامة والخاصة.
- العيادات والمراكز الطبية التخصصية.
- مراكز الرعاية الصحية الأولية.
- مراكز إعادة التأهيل والعلاج الطبيعي.
- شركات التأمين الصحي (من منظور رضا العملاء).
- مراكز طب الأسنان.
- المختبرات ومراكز الأشعة.
- منصات الرعاية الصحية عن بعد (Telehealth).
- الهيئات الحكومية وما في حكمها (فيما يتعلق بجودة الخدمات).
- مراكز الصحة النفسية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم تجربة المريض.
- خدمة العملاء.
- العلاقات العامة.
- التسويق.
- إدارة الجودة.
- التمريض.
- الاستقبال وتسجيل المرضى.
- الأقسام السريرية (الطبية).
- الموارد البشرية (لتدريب الموظفين).
- الإدارة العليا وصنع القرار.

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- فهم المكونات الأساسية لتجربة المريض الشاملة.
- رسم خرائط لرحلة المريض وتحديد نقاط الاتصال الحرجة.
- قياس رضا المرضى واستخدام الملاحظات للتحسين.
- تطوير استراتيجيات لتمكين الموظفين لتقديم خدمة متميزة.
- تصميم بيئة رعاية صحية محورها المريض.
- التعامل مع الشكاوى بفعالية وتحويلها إلى فرص تحسين.
- بناء ثقافة مؤسسية تركز على تجربة المريض.
- استخدام التكنولوجيا لتعزيز تجربة المريض.
- قياس العائد على الاستثمار من مبادرات تحسين التجربة.
- بناء ولاء المرضى وتعزيز سمعة المؤسسة.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وموجهة نحو التطبيق لضمان اكتساب المشاركين فهماً عميقاً ومهارات عملية في إدارة تجربة المريض ورضا العملاء في المستشفيات والمراكز العلاجية. تبدأ الدورة بتقديم الأطر النظرية والمفاهيم الأساسية لتجربة المريض ورضا العملاء في القطاع الصحي، مع استعراض أحدث الأبحاث وأفضل الممارسات العالمية. يتم التركيز بشكل كبير على دراسات الحالة الواقعية لمستشفيات ومنظمات صحية نجحت في تحسين تجربة مرضاها، مما يتيح للمشاركين تحليل الاستراتيجيات الناجحة والدروس المستفادة. تتضمن الدورة ورش عمل تفاعلية مكثفة وتمارين عملية، حيث يتم تدريب المشاركين على رسم خرائط رحلة المريض، وتطوير استبيانات رضا العملاء، وتصميم حلول مبتكرة لنقاط الاحتكاك. كما يتم تشجيع العمل الجماعي وتبادل الخبرات بين المشاركين، مما يثري النقاش ويوفر منظورات متنوعة لتحديات تحسين التجربة. يقدم مدربو BIG BEN Training Center ذوو الخبرة الواسعة في مجال تجربة العملاء والرعاية الصحية تغذية راجعة مستمرة ومباشرة، لضمان استيعاب المفاهيم وتطبيقها الصحيح. تهدف المنهجية إلى تمكين المشاركين من قيادة مبادرات تحسين تجربة المريض بفعالية، مما يؤدي إلى تعزيز رضا العملاء، بناء الولاء، وتحقيق النمو المستدام للمؤسسة.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: فهم تجربة المريض ورضا العملاء في الرعاية الصحية.

- مفهوم تجربة المريض (Patient Experience) وأهميتها.
- العوامل المؤثرة في رضا المرضى وولائهم.
- الفرق بين خدمة العملاء وتجربة المريض.
- رحلة المريض (Patient Journey Mapping) ونقاط الاتصال.
- تحديد توقعات المرضى وكيفية تجاوزها.
- أهمية الثقة والشفافية في العلاقة مع المريض.
- دور التعاطف والذكاء العاطفي في التفاعلات مع المرضى.

الوحدة الثانية: قياس وتحليل تجربة المريض.

- أدوات وتقنيات جمع ملاحظات المرضى (استبيانات، مقابلات، مجموعات بؤرية).
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس رضا المرضى.
- تحليل البيانات الكمية والنوعية لملاحظات المرضى.
- استخدام التقنيات الرقمية لجمع الملاحظات (تطبيقات، منصات إلكترونية).
- تحويل الملاحظات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
- تقارير رضا المرضى وكيفية عرضها.
- مقارنة الأداء بمعايير الصناعة وأفضل الممارسات.

الوحدة الثالثة: تصميم تجربة مريض متميزة.

- تصميم البيئة المادية للمنشأة لدعم تجربة إيجابية.
- تبسيط العمليات والإجراءات لتقليل احتكاك المريض.
- استراتيجيات التواصل الفعال مع المرضى وعائلاتهم.
- دور التكنولوجيا في تعزيز تجربة المريض (بوابات المرضى، التطبيقات).
- إدارة قوائم الانتظار وتحسين تدفق المرضى.
- تخصيص الرعاية وتلبية الاحتياجات الفردية.
- بناء فرق عمل متعددة التخصصات لتقديم تجربة متكاملة.

الوحدة الرابعة: تمكين الموظفين وبناء ثقافة تتمحور حول المريض.

- أهمية تدريب وتمكين الموظفين في تحسين تجربة المريض.
- برامج تنمية المهارات اللينة (Soft Skills) للموظفين.
- تحفيز الموظفين وتقدير جهودهم في خدمة المرضى.
- بناء ثقافة مؤسسية تتمحور حول المريض والقيم الأساسية.
- دور القيادة في دعم وتعزيز تجربة المريض.
- التعامل مع تحديات مقاومة التغيير بين الموظفين.
- التواصل الداخلي الفعال لتعزيز ثقافة المريض أولاً.

الوحدة الخامسة: إدارة الشكاوى، الولاء، ومستقبل تجربة المريض.

- آليات التعامل الفعال مع شكاوى المرضى.
- تحويل الشكاوى إلى فرص لتحسين الخدمة.
- استراتيجيات بناء ولاء المرضى والاحتفاظ بهم.
- برامج الولاء والمكافآت للمرضى.
- أثر تجربة المريض على السمعة المالية للمؤسسة.
- مستقبل تجربة المريض في ظل الابتكارات الصحية (AI, Telemedicine).
- دراسات حالة لأفضل الممارسات في إدارة تجربة المريض.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

في ظل التطور المتسارع للتكنولوجيا وزيادة توقعات المرضى، كيف يمكن للمستشفيات تحقيق التوازن بين أتمتة العمليات لزيادة الكفاءة والحفاظ على اللمسة الإنسانية والتعاطف اللازمين لتقديم تجربة مريض استثنائية؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها المتخصص والعميق على إدارة تجربة المريض ورضا العملاء في سياق المستشفيات والمراكز العلاجية، مما يجعلها مختلفة عن الدورات العامة في خدمة العملاء. نحن نقدم للمشاركين نهجًا شموليًا يجمع بين أحدث المفاهيم النظرية وأفضل الممارسات التطبيقية المخصصة للقطاع الصحي. يتميز المحتوى بتقديم دراسات حالة واقعية لمؤسسات صحية عالمية نجحت في تحويل تجربة مرضاها، مما يتيح للمشاركين تطبيق المفاهيم المكتسبة مباشرة على تحدياتهم اليومية. نركز على تزويد المتدربين بمهارات عملية لرسم خرائط رحلة المريض، قياس الرضا، تمكين الموظفين، والتعامل مع الشكاوى بفعالية، بالإضافة إلى استراتيجيات بناء الولاء. الدورة مصممة لتمكين القادة والمهنيين في القطاع الصحي من قيادة مبادرات تحسين تجربة المريض بنجاح، مما يعزز رضا العملاء ويساهم في بناء سمعة قوية للمؤسسة وتحقيق النمو المستدام.