

العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء وتحقيق اهداف المبيعات
دراسة تطبيقية على شركات التأمين

إعداد الطالب/

حسين

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

العام الدراسي:

2025

.....	<u>مقدمة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>مشكلة الدراسة</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>أهمية الدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>أهداف الدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>تساؤلات الدراسة</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>فروض الدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>نموذج الدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>الدراسات السابقة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>الفجوة البحثية:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>المنطلقات النظرية للدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>المنهجية وطرق البحث:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>مصادر جمع البيانات</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>أدوات الدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>حدود الدراسة:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
.....	<u>المراجع:</u>	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.

مقدمة:

تعتبر تقنيات إدارة علاقات العملاء (TQM) من المفاهيم الحديثة التي اكتسبت أهمية بالغة في عالم الأعمال والمجالات المختلفة، حيث تهدف إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات من خلال إشراك جميع أفراد المنظمة في عملية تحسين تجربة خدمة العملاء. بدأت هذه الفكرة في الظهور في منتصف القرن العشرين، وارتبطت بأسماء بارزة في مجال الجودة، مثل دكتور وي إدواردز ديمينغ، الذي ساهم بشكل كبير في تطوير استراتيجيات الجودة وتحسين العمليات. تركز تقنيات إدارة علاقات العملاء على فلسفة أن الجودة ليست مجرد مسؤولية قسم معين داخل المؤسسة، بل هي مسؤولية جماعية تشمل جميع المستويات، بدءًا من الإدارة العليا وصولًا إلى الموظفين على الخطوط الأمامية.

تتضمن تقنيات إدارة علاقات العملاء مجموعة من المبادئ الأساسية، مثل تحسين أداء مندوبي المبيعات، وتحسين تجربة خدمة العملاء، والنهج القائم على العمليات، والتعاون بين الفرق. يعد تحسين أداء مندوبي المبيعات أحد الركائز الأساسية لتقنيات إدارة علاقات العملاء، حيث يتمثل في فهم احتياجات وتوقعات العملاء وتلبية تلك المتطلبات بشكل يتجاوز توقعاتهم. من خلال هذا التركيز، يمكن للمنظمات زيادة مستوى رضا العملاء وبالتالي تعزيز ولائهم.

علاوة على ذلك، يشمل تحسين تجربة خدمة العملاء جميع جوانب العملية الإنتاجية والخدماتية، حيث يتم استخدام أدوات وتقنيات مختلفة مثل تحليل السبب الجذري، وخرائط التدفق، وتقنيات القياس والإحصاء. تساهم هذه الأدوات في تحديد المشكلات وتحليلها، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات مستنيرة لتحسين الأداء. كما أن النهج القائم على العمليات يعزز من فعالية العمل من خلال تحسين تدفق العمليات وتقليل الفاقد، مما يساهم في تحقيق الكفاءة.

تتطلب تقنيات إدارة علاقات العملاء التزامًا قويًا من الإدارة العليا، حيث يجب أن تكون القيادة ملتزمة بتوفير البيئة المناسبة التي تشجع على الابتكار والتحسين. يشمل ذلك توفير التدريب والدعم اللازمين للموظفين، وتعزيز ثقافة الجودة داخل المؤسسة. يمكن أن تؤدي هذه الثقافة إلى زيادة الدافع لدى الموظفين وتحفيزهم للمشاركة الفعالة في عمليات التحسين.

تعتبر تقنيات إدارة علاقات العملاء استراتيجية شاملة تهدف إلى تحقيق الأداء المتميز من خلال تحسين الجودة في كل جانب من جوانب العمل. إن اعتماد هذه الفلسفة يمكن أن يؤدي إلى تحسين فعالية العمليات، وزيادة رضا العملاء، وتعزيز قدرة المؤسسة على التنافس في سوق متغير.

تعد جودة الأداء في الخدمات الطبية من العوامل الأساسية التي تحدد فعالية النظام الصحي وقدرته على تلبية احتياجات المرضى والمجتمع بشكل عام. يتطلب تقديم الرعاية الصحية الفعالة تنسيقًا معقدًا بين مجموعة من العوامل، بما في ذلك الكادر الطبي، والتقنيات الطبية، والموارد المتاحة، والبيئة التنظيمية. إن أداء الخدمات الطبية لا يقتصر فقط على تقديم العلاج المناسب، بل يشمل أيضًا توفير تجربة إيجابية للمرضى، مما يعزز من مستوى رضاهم وثقتهم في النظام الصحي.

تتضمن معايير الأداء الجيد في الخدمات الطبية مجموعة من الجوانب المهمة، بدءًا من الكفاءة في تقديم العلاج، وصولًا إلى جودة التواصل بين العاملين والمرضى. تعتبر الكفاءة عنصرًا حيويًا، حيث يجب على المؤسسات الصحية العمل على تقليل الفاقد في الوقت والموارد، وتحسين سير العمليات الطبية. يتطلب ذلك استخدام تقنيات حديثة، مثل استخدام السجلات الطبية الإلكترونية، التي تساهم في تسريع عملية تقديم الرعاية وتحسين دقة المعلومات المتاحة للأطباء.

علاوة على ذلك، يلعب التفاعل بين الكادر الطبي والمرضى دوراً محورياً في تحسين جودة الخدمات. يتطلب تقديم رعاية صحية فعالة تعزيز الثقة بين المرضى ومقدمي الرعاية، مما يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على نتائج العلاج. إن التواصل الجيد والشفافية في المعلومات يعززان من شعور المرضى بالراحة، مما يؤدي إلى تحسين التزامهم بالعلاج والتوجيهات الطبية. لذا، يعتبر تدريب الكادر الطبي على مهارات التواصل والاهتمام بالمرضى جزءاً أساسياً من تحسين الأداء في الخدمات الصحية.

كما أن تقييم الأداء يعد عنصراً مهماً لضمان تحقيق معايير الجودة في الخدمات الطبية. يتضمن ذلك قياس النتائج الصحية، ورضا المرضى، وكفاءة العمليات. من خلال جمع البيانات وتحليلها، يمكن للمؤسسات الصحية تحديد مجالات التحسين وتطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز جودة الرعاية. يتطلب هذا النهج استخدام أدوات تقييم متنوعة، مثل الاستبيانات، وتحليل البيانات الإحصائية، ومراجعات الأداء.

تعتبر تقنيات إدارة علاقات العملاء (TQM) من الأساليب الفعالة التي تهدف إلى تحسين الأداء في مختلف القطاعات، بما في ذلك القطاع الصحي. في سياق الخدمات الطبية، يبرز العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بشكل خاص في تحسين الرعاية المقدمة لمرضى الفشل الكلوي، الذين يتطلب علاجهم عناية دقيقة ومتخصصة. يُعتبر الفشل الكلوي من الحالات الصحية المعقدة التي تتطلب نهجاً متكاملاً في تقديم الرعاية، حيث يتعين على مقدمي الرعاية الصحية ضمان جودة الخدمات المقدمة، من التشخيص إلى العلاج والمتابعة، لضمان تحسين النتائج الصحية وتعزيز جودة الحياة للمرضى.

تسهم تقنيات إدارة علاقات العملاء في تحسين الأداء الخدمي من خلال تعزيز ثقافة الجودة داخل المؤسسات الصحية، مما يؤدي إلى زيادة الوعي بأهمية تقديم خدمات عالية الجودة. من خلال إشراك جميع أفراد الفريق الطبي، بما في ذلك العاملين والمرضى والفنيين، يمكن تحقيق تحسينات ملحوظة في أساليب العمل وتقديم الرعاية. على سبيل المثال، يمكن تطبيق معايير الجودة في جميع مراحل رعاية مرضى الفشل الكلوي، بدءًا من الفحوصات الأولية، وصولًا إلى جلسات الغسيل الكلوي والمتابعة الدورية. يعزز هذا النهج من فعالية العمليات الطبية ويقلل من الأخطاء، مما يساهم في تحسين النتائج الصحية.

علاوة على ذلك، يساهم تقنيات إدارة علاقات العملاء في تعزيز التواصل بين مقدمي الرعاية والمرضى، مما يساهم في تحسين تجربة المرضى. من خلال توفير معلومات واضحة وشفافة حول العلاج وخيارات الرعاية، يشعر المرضى بالراحة والثقة في الفريق الطبي، مما يعزز من التزامهم بالعلاج. في حالة مرضى الفشل الكلوي، حيث يتعين عليهم الالتزام بجلسات الغسيل الكلوي والمتابعة المستمرة، يُعد هذا الالتزام أمرًا حيويًا لتحقيق نتائج إيجابية. تساهم تقنيات إدارة علاقات العملاء أيضًا في تطوير برامج تعليمية للمرضى، مما يتيح لهم فهم حالتهم الصحية وكيفية التعامل معها بشكل أفضل.

من جهة أخرى، يتطلب تحسين الأداء في خدمات الفشل الكلوي تقييمًا دوريًا للعمليات والخدمات المقدمة. من خلال استخدام أدوات تقييم الأداء، مثل جمع البيانات عن نتائج العلاج ورضا المرضى، يمكن للمؤسسات الصحية تحديد مجالات القوة والضعف. وبالتالي، يمكن اتخاذ قرارات مستنيرة لتحسين العمليات وتطبيق التغييرات اللازمة. يُعتبر هذا النهج التحليلي جزءًا أساسيًا من تقنيات إدارة علاقات العملاء، حيث يساهم في تعزيز الكفاءة وتحقيق أفضل النتائج الممكنة.

يُظهر العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء على تحسين الأداء في خدمات مرضى الفشل الكلوي أهمية التركيز على الجودة في جميع جوانب الرعاية الصحية. من خلال تعزيز ثقافة الجودة، وتحسين التواصل مع المرضى، وتطبيق تقييمات دورية، يمكن تحقيق نتائج صحية أفضل وتعزيز جودة الحياة للمرضى. إن الاستثمار في تقنيات إدارة علاقات العملاء يُعتبر خطوة استراتيجية نحو تحقيق نظام صحي أكثر فعالية وقادر على تلبية احتياجات المرضى بشكل أفضل.

مشكلة البحث

تعد تقنيات إدارة علاقات العملاء (TQM) من الاستراتيجيات الأساسية التي تهدف إلى تحسين الأداء المؤسسي، خاصة في القطاعات الحيوية مثل الرعاية الصحية. تبرز مشكلة البحث في كيفية تأثير تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء على تحسين الأداء في تقديم الخدمات الطبية، مع التركيز بشكل خاص على مرضى الفشل الكلوي. يعتبر الفشل الكلوي من الأمراض المزمنة التي تتطلب رعاية طبية مستمرة، مما يزيد من أهمية جودة الخدمات المقدمة لضمان تحقيق نتائج إيجابية للمرضى.

تتجلى المشكلة في العديد من الجوانب. أولاً، هناك تحديات كبيرة تواجه مقدمي الرعاية الصحية في تقديم خدمات طبية متكاملة وفعالة لمرضى الفشل الكلوي. هذه التحديات تشمل نقص الموارد، وعدم كفاية التدريب للكوادر الطبية، وعدم وجود أنظمة فعالة لرصد وتقييم الجودة. في ظل هذه الظروف، يصبح من المهم دراسة كيف يمكن لتقنيات إدارة علاقات العملاء أن تساهم في تحسين هذه الخدمات من خلال تقديم إطار عمل يركز على تحسين تجربة خدمة العملاء، ورضا المرضى، وتدريب الكوادر الطبية.

ثانيًا، يُلاحظ أن هناك نقصًا في الدراسات التي تربط بين تقنيات إدارة علاقات العملاء والأداء الطبي، خاصة في سياق الأمراض المزمنة مثل الفشل الكلوي. هذه الفجوة في المعرفة تعني أن هناك حاجة ملحة لإجراء بحث يسلط الضوء على كيفية تأثير تقنيات إدارة علاقات العملاء على جميع جوانب خدمات المرضى، بما في ذلك العمليات السريرية، والتواصل بين المرضى والكوادر الطبية، ورضا المرضى بشكل عام.

علاوة على ذلك، يتطلب تحسين الأداء الطبي لمرضى الفشل الكلوي فهمًا عميقًا لمتطلبات المرضى واحتياجاتهم الخاصة. من خلال دراسة العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء، يمكن تحديد العناصر الأساسية التي تساهم في تحسين تجربة المرضى، وتعزيز نتائجهم العلاجية. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليل شامل لتأثير تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء الطبي، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين جودة الرعاية الصحية المقدمة لمرضى الفشل الكلوي.

وتتمثل مشكلة الدراسة في تسليط الضوء على العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين أداء مندوبي المبيعات - تحسين تجربة خدمة العملاء) وتحقيق أهداف المبيعات دراسة تطبيقية على شركات التأمين.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية المتغيرات المبحوثة، حيث يُعتبر العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء (TQM) على تحسين الأداء في تقديم الخدمات الطبية

لمرضى الفشل الكلوي متغيرًا ذا أهمية بالغة. يتجلى ذلك في الحاجة الملحة لضمان تقديم رعاية صحية فعالة تلبي احتياجات هؤلاء المرضى، الذين يتطلبون خدمات طبية مستمرة ومتخصصة. إن تقنيات إدارة علاقات العملاء يساهم في تحسين جودة الخدمات من خلال تركيزه على تحسين العمليات، وزيادة رضا المرضى، وتعزيز الكفاءة التشغيلية.

يُعتبر مفهوم تقنيات إدارة علاقات العملاء من الأساليب الحديثة التي انتشرت في مجال الرعاية الصحية، والتي ينبغي على الباحثين الاهتمام بها لدورها في تعزيز فاعلية وكفاءة تقديم الخدمات الطبية. من خلال تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء، يمكن تحسين جميع جوانب الرعاية الصحية، بما في ذلك جودة العلاج، والتواصل بين المرضى والكوادر الطبية، وفعالية العمليات السريرية. وعندما يتم دمج هذه المبادئ في تقديم الخدمات، فإن ذلك ينعكس إيجابًا على الأداء العام للمؤسسات الصحية ويحقق نتائج إيجابية للمرضى. تتمثل أهمية هذه الدراسة أيضًا في تسليط الضوء على كيفية تأثير تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء الطبي لمرضى الفشل الكلوي. من خلال تحليل هذا العلاقة بين استخدام، يمكن تقديم توصيات فعالة لتعزيز تطبيق هذه الإدارة في المؤسسات الصحية، مما يساهم في تحسين جودة الرعاية الصحية المقدمة. بالتالي، تكمن أهمية هذه الدراسة في فهم دور تقنيات إدارة علاقات العملاء في تحسين الأداء الطبي، وتوفير رعاية صحية عالية الجودة للمرضى، مما يساهم في تحقيق أهدافهم العلاجية وتحسين تجربتهم بشكل عام.

الأهمية العلمية: تأتي أهمية هذه الدراسة من الناحية العملية في مدى استفادة المؤسسات الصحية من النتائج التي توصلت إليها، بالإضافة إلى التوصيات التي قدمتها فيما يتعلق بمفهوم تقنيات إدارة علاقات العملاء وتأثيرها على تحسين الأداء في تقديم الخدمات الطبية لمرضى الفشل الكلوي.

يُعتبر قطاع الرعاية الصحية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع، حيث يلعب دورًا أساسيًا في الحفاظ على صحة الأفراد وتحسين جودة حياتهم. وبالتالي، فإن تحسين الأداء في هذا القطاع من خلال تقنيات إدارة علاقات العملاء يعد أمرًا ضروريًا لتحقيق نتائج إيجابية للمرضى.

إن تقنيات إدارة علاقات العملاء يوفر إطارًا متكاملًا يركز على تحسين العمليات الداخلية، وتعزيز الكفاءة، وزيادة رضا المرضى. عندما يتم تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء، تتحقق فوائد كبيرة في تقديم الرعاية الصحية، مثل تحسين جودة العلاج، وتقليل الأخطاء الطبية، وتعزيز التواصل بين الكوادر الطبية والمرضى. من خلال هذه الدراسة، يمكن للمستشفيات والمؤسسات الصحية أن تستفيد من النتائج والتوصيات لتطوير استراتيجيات فعالة تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة لمرضى الفشل الكلوي.

علاوة على ذلك، يلعب هذا البحث دورًا في تعزيز الوعي بأهمية الجودة في الرعاية الصحية. من خلال تحليل العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء، يمكن تحديد العوامل الرئيسية التي تساهم في تحسين الأداء الطبي، مما يسهل على الإدارة اتخاذ قرارات مستنيرة تهدف إلى تعزيز جودة الرعاية الصحية. وبالتالي، فإن هذه الدراسة لا تساهم فقط في تحسين أداء المؤسسات الصحية، بل تساهم أيضًا في تحسين تجربة المرضى وتحقيق نتائج علاجية أفضل، مما يعكس أهمية الرعاية الصحية في المجتمع ويعزز من سمعة المؤسسات الصحية كجهات رائدة في تقديم خدمات عالية الجودة.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين أداء مندوبي المبيعات - تحسين تجربة خدمة العملاء) وتحقيق أهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين. ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:

- التعرف على العلاقة بين استخدام الأنظمة والمنصات الرقمية وتحقيق أهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- التعرف على العلاقة بين استخدام تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل وتحقيق أهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- التعرف على العلاقة بين استخدام تحسين أداء مندوبي المبيعات وتحقيق أهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- التعرف على العلاقة بين استخدام تحسين تجربة خدمة العملاء وتحقيق أهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي الأول: ما هو العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين أداء مندوبي المبيعات

– تحسين تجربة خدمة العملاء) وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين؟ وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

➤ السؤال الفرعي الأول: كيف تؤثر الأنظمة والمنصات الرقمية وتحقيق اهداف المبيعات

بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين؟

➤ السؤال الفرعي الثاني: ما هو تأثير تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل وتحقيق اهداف

المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين؟

➤ السؤال الفرعي الثالث: كيف تؤثر تحسين أداء مندوبي المبيعات وتحقيق اهداف المبيعات

بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين؟

➤ السؤال الفرعي الرابع: ما هو تأثير تحسين تجربة خدمة العملاء وتحقيق اهداف المبيعات

بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين؟

فروض الدراسة:

بناءً على ما تم عرضه من أهداف الدراسة ومشكلتها وأهميتها يمكننا تحديد فرضيات

الدراسة من خلال فرضية رئيسية تتمثل في:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد العلاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

($\alpha \leq 0.05$) لتقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية –

تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل – تحسين أداء مندوبي المبيعات – تحسين تجربة خدمة

العملاء) وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.

ينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الاولى:** لا يوجد علاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأنظمة والمنصات الرقمية وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد علاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمشاركة الجماعية وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الثالث:** لا يوجد علاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتركيز على العميل وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا يوجد علاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتحسين المستمر وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.

نموذج الدراسة

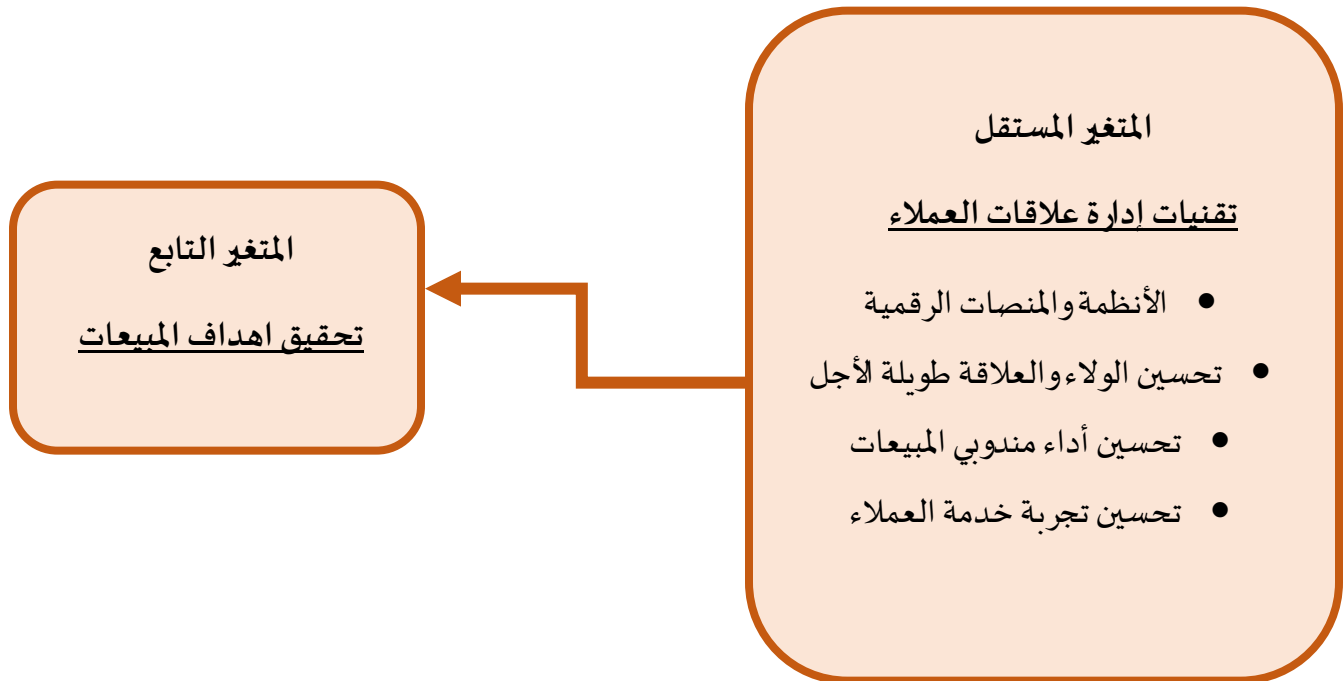
يهدف هذا النموذج إلى التعرف على العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعاده المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين

أداء مندوبي المبيعات – تحسين تجربة خدمة العملاء) وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين. ويتضمن المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعاده المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية – تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل – تحسين أداء مندوبي المبيعات – تحسين تجربة خدمة العملاء).

- المتغير التابع: تحقيق اهداف المبيعات.

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث

الدراسات السابقة

دراسات عربية:

1. دراسة (القحطاني، 2022) بعنوان العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء على

كفاءة الأداء: دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين في إدارة التعليم بمحافظة جدة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تبني الإدارة العليا بإدارة التعليم بمحافظة جدة لمفهوم

تقنيات إدارة علاقات العملاء، والتعرف على تأثير تطبيقات الجودة الشاملة وكل من أبعادها

(القيادة، مشاركة الموظفين، التركيز على العملاء، تحسين تجربة خدمة العملاء، التخطيط

الاستراتيجي، إدارة العمليات) على كفاءة الأداء الفردي والمؤسسي في مخرجات التعليم في

إدارة التعليم بمحافظة جدة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي،

واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة بهدف جمع المعلومات من الموظفين الإداريين في إدارة

التعليم بمحافظة جدة والبالغ عددهم (11320) إداري وإدارية بحسب خطاب من قسم التخطيط

بالإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة، وقد تم اختيار عينة عشوائية قوامها (372) طبقاً لمعادلة

ريتشارد جيجر، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: أن إدارة الجودة الشاملة

بأبعادها (القيادة، مشاركة الموظفين، التركيز على العملاء، تحسين تجربة خدمة العملاء،

التخطيط الاستراتيجي، إدارة العمليات) لها تأثير على تحسين كفاءة الأداء الفردي والمؤسسي

في مخرجات التعليم في إدارة التعليم بمحافظة جدة.

2. (بوغازي، 2020) بعنوان العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء

التنافسي: دراسة ميدانية بالبنوك العاملة بولاية سكيكدة

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام تطبيق أبعاد تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء التنافسي في البنوك العاملة بولاية سكيكدة، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من 49 موظف وبعد التحليل باستخدام نتائج برنامج spss أظهرت أن مستوى تقنيات إدارة علاقات العملاء استراتيجيا كان مرتفعا وكذلك مستوى الأداء التنافسي، كما يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء التنافسي، بالإضافة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول تأثير هذه الأبعاد على الأداء التنافسي تعزى للمتغيرات الشخصية لأفراد العينة.

3. دراسة (بلقاسمي، 2020) بعنوان العلاقة بين استخدام تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء في اكتساب الأسبقيات التنافسية: دراسة حالة شركة الاسمنت بسور الغزلان - SCSEG - ولاية البويرة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء في اكتساب الأسبقيات التنافسية بشركة الاسمنت بسور الغزلان (SCSEG)، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بتصميم استبانة، تم توزيعها على عينة عشوائية من إطارات المؤسسة البالغ عددهم (77) إطار، وتم معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss)، ولقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أنه توجد علاقة ارتباط إيجابية والعلاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء واكتساب الأسبقيات التنافسية في مؤسسة محل الدراسة، وتوصي الدراسة بضرورة المحافظة على الأسبقيات التنافسية المكتسبة والتركيز أكثر على اكتساب أسبقية الابداع.

4. دراسة (يعقوب، 2021) بعنوان العلاقة بين استخدام استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في

تقنيات إدارة علاقات العملاء: دراسة ميدانية على العاملين في الجامعة الإسلامية في لبنان

هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين استخدام استراتيجيات إدارة الموارد البشرية على تقنيات إدارة علاقات العملاء، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لتحقيق غرض الدراسة بواسطة الأساليب الإحصائية الوصفية كالمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، بالإضافة إلى معامل Cronbach Alpha، وحساب قيمة معامل الارتباط Correlation Coefficient، والارتباط الخطي البسيط Simple Linear Regression واختبار تحليل التباين (ANOVA)، اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الاستبانة التي وزعت على عينة طبقية تكونت من 128 أستاذ وإداري في الجامعة الإسلامية في لبنان، وقد توصلت إلى النتائج التالية: 1- إن المتوسط الحسابي الكلي لاستراتيجية التوظيف بلغ (3.42) بانحراف معياري (0.56) هو مستوى أهمية مرتفع. 2- إن المتوسط الحسابي الكلي لاستراتيجية التعويضات فقد بلغ (3.00) وانحراف معياري (0.69) وأن متوسط جميع الفقرات والمتوسط العام كانت ضمن مستوى أهمية متوسط. 3- إن المتوسط الحسابي الكلي لاستراتيجية التدريب والتطوير بلغ (3.18) بانحراف معياري (0.57)، بمستوى أهمية متوسط. 4- وجود علاقة ارتباط معنوية طردية مرتفعة (0.848) على المؤشر الكلي بين استراتيجيات إدارة الموارد البشرية وتقنيات إدارة علاقات العملاء 5- وجود العلاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استراتيجيات إدارة الموارد البشرية المتمثلة (بالتوظيف، التعويض والتدريب والتطوير) وتقنيات إدارة علاقات العملاء.

5. دراسة (الشريف، 2023) بعنوان العلاقة بين استخدام تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات

العملاء في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية بمصرف الجمهورية فرع أبي الأشهر تاجورا

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات

العملاء في تحقيق الميزة التنافسية بمصرف الجمهورية فرع أبي الأشهر تاجورا؛ اعتمد الباحث

المنهج الوصفي التحليلي بهذه الدراسة واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية،

حيث خضع 40 استمارة للدراسة وتحليل البيانات المجمعة خلصت الدراسة بجملة من النتائج

أهمها أنه: -يوجد العلاقة بين استخدام ذو دلالة إحصائية لتطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات

العملاء في تحقيق الميزة التنافسية بمصرف الجمهورية فرع أبي الأشهر بتاجورا، حيث فسر

تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء بالمصرف 43.4% من التغير الحاصل في

مستوى تحقيق الميزة التنافسية به. -يعد مستوى تطبيق المصرف لمبادئ تقنيات إدارة علاقات

العملاء مرتفعاً على وجه العموم. -يعد مستوى تحقيق المصرف الميزة تنافسية مرتفعاً وفقاً

للبيانات المجمعة من الأفراد الخاضعين للدراسة. وفي ضوء ذلك قدمت التوصيات التالية: -

دعم ممارسات القادة الإداريين فيما يتعلق بتطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء

بالمصرف ذلك بالتوسع في نشر ثقافتها بين العاملين وتبسيط الضوء حول مفاهيمها وأهدافها

وعملياتها بالمصرف. -وضع المصرف لخطة استراتيجية واضحة لإدارة عملياته كمدخل

لتحسين أدائه وتحقيقه لميزة تنافسية من خلال التكيف مع التغيرات المحيطة والتميز في مستوى

الخدمات التي يقدمها لعملائه.

الدراسات الأجنبية:

1. (Salahat, 2023). Titled The Impact of HRM Practices and Leadership
Styles on Administrative–Office Staff Performance in Palestinian
Universities

الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو معرفة تأثير ممارسات إدارة الموارد البشرية وأنماط القيادة على أداء الموظف الإداري المكتبي في الجامعات التقليدية والكليات الجامعية في فلسطين. لقد تم إجراء دراسة تجريبية قبيل البدء بعملية جمع البيانات للتأكد من صحة المحتوى والموثوقية والتي تم تحقيقها بنجاح. تم جمع البيانات الأولية من خلال استخدام الاستبانات التي وزعت على عينة قصدية من الموظفين الإداريين- المكتبيين في تسع جامعات تقليدية وكليات جامعية فلسطينية موزعة على منطقة الضفة الغربية. تم تحليل (256) استبياناً من أصل (270) حيث بلغ معدل الاستجابة (94%). وتم إجراء تحليل البيانات باستخدام النسخة الرابعة والعشرين من SPSS، والنسخة الثالثة من البرنامج التحليلي (PLS-SEM)، أفادت نتائج هذه الدراسة البحثية أن ممارسات إدارة الموارد البشرية (التدريب والتطوير، والتعويضات والمكافآت، وعلاقات الموظفين، وتقييم الأداء) ذات دلالة إحصائية وترتبط بشكل إيجابي بأداء الموظف الإداري- المكتبي، بينما تبين أن أنماط القيادة (التحويلية والتبادلية) ليس لها أي دلالة إحصائية أو أي تأثير على أداء الموظف الإداري- المكتبي. تظهر الدراسة ثلاث مساهمات، تتبلور في: مساهمة الفجوة في مجتمع التطبيق، ومساهمة الفجوة النظرية والعملية لممارسات إدارة الموارد البشرية، ومساهمة الفجوة النظرية والعملية لأنماط القيادة، إلى جانب أهمية الدراسة من الناحية العملية. توصلت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها: يتوجب تعزيز

تطبيق ممارسات إدارة الموارد البشرية التي تم تناولها من خلال هذه الدراسة من أجل تحسين أداء الموظفين الإداريين- المكتبيين وتعزيز فعاليتهم. وفي حال إنشاء أي دراسة مستقبلية للبحث في العلاقة ما بين أنماط القيادة وأداء الموظف، فيقترح توظيف متغير وسيط في هذه العلاقة أو التركيز على التحقيق في أنماط مختلفة من القيادة بخلاف القيادة التحويلية والتبادلية.

2. (Abdelhameed, 2023). Titled The Mediating Role of Job Satisfaction in the Relationship between Human Resources Management and Employees Performance at Localities from Staff Point of View in the Service Affairs Chamber at the Northern State.

هدفت الدراسة ل الدور الوسيط للرضا الوظيفي في العلاقة بين إدارة الموارد البشرية وأداء العاملين بالمحليات من وجهة نظر الموظفين بديوان شؤون الخدمة بالولاية الشمالية، حيث تكمن مشكلة الدراسة في انخفاض مؤشرات تحقيق الرضا عن وظائف إدارة الموارد البشرية أدى إلى تدني مستوى أداء العاملين بالمحليات، وقد يعود ذلك لإهمال تطبيق أنظمة إدارية فاعلة مثل إدارة الموارد البشرية، حيث تم وضع ثلاثة فرضيات وتصميم استبانة، وبعد جمع وتحليل البيانات من المبحوثين، توصلت الدراسة إلى توسط الرضا الوظيفي في العلاقة بين إدارة الموارد البشرية وأداء العاملين بالمحليات بتأثير غير مباشر (0.206). وأوصت الدراسة بضرورة توعية العاملين بالمحليات بأهمية تطبيق إدارة الموارد البشرية لتنعكس على مؤشرات الرضا الوظيفي وتحسين مستوى أداء العاملين.

3. (Alenezi, 2022). Titled The Use of Social Media as a Learning Tool by Staff in the College of Education, Kuwait University: A Qualitative Study

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تعليمية في كلية التربية جامعة الكويت؛ من خلال إجراء مقابلات مع عينة غرضية (ن=10)؛ من بينهم رئيس قسم المناهج وطرق التدريس، ورئيس قطاع قسم الحاسوب، وستة أساتذة مشاركين من قسم المناهج وطرق التدريس، واثنين من الفنيين (الدعم الفني). تم تحليل موضوعي للبيانات النوعية دليلاً تجريبياً لدعم الاستنتاج القائل بأن جميع الأساتذة أدركوا أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يفيد الأداء التعليمي للطلاب في نظام تعليمي يفصل بين الجنسين. عكست نتائج هذه الدراسة النوعية نتائج دراسة كمية أجريت سابقاً في المملكة العربية السعودية، وتضمنت الفوائد المتصورة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تحفيز النشاط المشترك مع الأقران والمعلمين والتعلم التعاوني النشط وتعزيز مشاركة الطلاب. وأوضح ثلاثة من الأساتذة أن الأيديولوجية الثقافية (المتماثلة في الفصل بين الجنسين) قد تحول دون ذلك. كما أبلغ الموظفون عن بعض الصعوبات الفنية التي يمكن حلها بسهولة عن طريق منسق مركز تكنولوجيا التعليم في جامعة الكويت ومع عدم وجود إطار عمل رسمي حول قواعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تبرز الحاجة إلى تطوير إطار رسمي ملزم يتوافق مع الثقافة المحلية.

4. (Abd El-Salam, 2023). Titled Measuring the Level of Employees

Performance in Cairo's Hotel Chains: An Analytic Study

هدف هذا البحث إلى قياس مستوى أداء العاملين في سلاسل الفنادق. وبالتالي، فمنهجيته تحليلية. شمل مجتمع هذا البحث العاملين في فنادق السلاسل من فئة الخمس نجوم في مصر وتحديدا في القاهرة، وقد تم توزيع 385 استبياناً منهم 302 صالحة تستند إلى عينة بسيطة عشوائية. وكشفت النتائج أن مستوى أداء العاملين في فنادق الخمس نجوم بالقاهرة هو 3.98 من أصل 5. تشير هذه القيمة إلى المستوى العالي بنسبة 16.87% كعامل تباين. علاوة على ذلك، يؤثر بعد مقدار العمل وبعد الالتزام وبعد جودة العمل على مستوى أداء العاملين. حيث يوجد ارتباط إيجابي مرتفع جداً لمستوى أداء العاملين مع بعد مقدار العمل المحقق يأتي في المرتبة الثانية بعد الالتزام وأخيراً بعد جودة العمل. وأوصى هذا البحث بأن تضمن إدارة الفنادق تهيئة البيئات المناسبة لزيادة أداء العمل من أجل البقاء والنمو والتنافس بسوق العمل وفي تحسين الإنتاجية وجودة العمل في الفندق؛ وأخيراً، يجب أن يكون مستوى الأداء أحد معايير اختيار القادة داخل الفنادق، لأنه ينعكس بشكل إيجابي على مستوى أداء الفنادق بشكل عام وأداء العاملين بشكل خاص.

5. (Al-Kaser, 2023). Titled Organizational Culture and its Role in

Improving the Performance of Human Resources: Applied Study on

Faculty Members in Shaqra University

هدف البحث إلى التعرف على دور الثقافة التنظيمية في تحسين أداء إدارة الموارد البشرية في جامعة شقراء. ولتحقيق هدف الدراسة تم التعرف على دور ثقافة المنظمة في تشكيل الأنماط السلوكية للعاملين في الجامعة، وكذلك التعرف على العلاقة بين خصائص ثقافة المنظمة (من حيث الالتزام، والعمل الجاد، والعمل الجماعي، واحترام الوقت، والمشاركة في صنع القرار وأداء الموارد البشرية). اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية من الموظفين بلغ عددهم (276). وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتي كان من أهمها؛ أن روح المجموعة يسود داخل بيئة العمل بدرجة عالية جدا. وأن هناك أيضا درجة عالية من التميز وتحسين الأداء بين الموظفين. بالإضافة إلى ذلك، هناك علاقة إيجابية بين العمل الجماعي والابتكار والإبداع، وتطبيق القيم الثقافية، وسلوك أداء الموظفين وأداء الموظفين على مستوى كبير ($\alpha = 0.01$) وتوصي الدراسة بضرورة منح الثقة للموظفين وإعطائهم الفرصة لإظهار إبداعاتهم.

الفجوة البحثية:

- هناك نقص في الدراسات التي تتناول العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين أداء مندوبي المبيعات - تحسين تجربة خدمة العملاء) وتحقيق أهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- معظم الدراسات لم تتناول بشكل كافٍ التفاعل بين مختلف تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل -

تحسين أداء مندوبي المبيعات - تحسين تجربة خدمة العملاء) وكيفية تأثيره وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.

- هناك حاجة لدراسات تتبعية طويلة الأجل لكفاءة تحقيق اهداف المبيعات ومدى تالعلقة بين استخدامها بتقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين أداء مندوبي المبيعات - تحسين تجربة خدمة العملاء) دراسة تطبيقية على شركات التأمين.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تعتبر النظرية البنائية من النظريات التعليمية والنفسية التي تركز على كيفية بناء المعرفة من خلال التفاعل مع البيئة والآخرين. في سياق البحث بعنوان "العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء وتحقيق اهداف المبيعات دراسة تطبيقية على شركات التأمين"، يمكن استخدام هذه النظرية لتحليل كيفية تأثير تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء على تحسين الأداء في تقديم الرعاية الصحية، مع التركيز على التعلم والتفاعل بين الكوادر الطبية والمرضى.

أولاً، يمكن اعتبار تقنيات إدارة علاقات العملاء كعملية بنائية تتطلب تفاعلاً مستمراً بين جميع الأطراف المعنية. في هذا السياق، يُعتبر الكادر الطبي والمرضى جزءاً لا يتجزأ من نظام الرعاية الصحية. من خلال تطبيق مبادئ الجودة الشاملة، يتم تشجيع الكوادر الطبية على تطوير مهاراتهم وتحسين أدائهم من خلال التعلم المستمر والتغذية الراجعة. يتطلب ذلك بيئة عمل تشجع على التعاون والمشاركة، مما يساهم في بناء ثقافة جودة مستدامة تعزز من فعالية الخدمات المقدمة.

ثانيًا، تستند النظرية البنائية إلى فكرة أن المعرفة تُكتسب من خلال التجربة والتفاعل. لذلك، فإن تحسين الأداء في تقديم الخدمات الطبية لمرضى الفشل الكلوي يتطلب فهم احتياجاتهم وتوقعاتهم. يمكن أن يتضمن ذلك استخدام استراتيجيات مثل استبانات رضا المرضى أو مجموعات التركيز للحصول على تغذية راجعة مباشرة. تساهم هذه المعلومات في بناء معرفة جديدة حول كيفية تحسين جودة الرعاية الصحية، مما يعكس أهمية الإدراك البشري في تحسين النتائج العلاجية.

علاوة على ذلك، يمكن تطبيق النظرية البنائية من خلال تصميم برامج تدريبية مستندة إلى التجربة، حيث يتم إشراك الكوادر الطبية في ورش عمل ودورات تدريبية تفاعلية. من خلال هذه البرامج، يتعلم الأفراد كيفية تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء بشكل فعال، مما يعزز من قدرتهم على تحسين الأداء في تقديم الخدمات الطبية. يتفاعل المشاركون مع بعضهم البعض، مما يتيح لهم تبادل المعرفة والخبرات، ويؤدي إلى بناء مجتمع من الممارسين الذين يسعون لتحقيق تحسينات مستمرة في جودة الرعاية الصحية. يُظهر استخدام النظرية البنائية في هذا البحث كيف يمكن لتقنيات إدارة علاقات العملاء أن يساهم في تحقيق أهداف المبيعات من خلال التفاعل، والتعلم، وتبادل المعرفة. بتطبيق هذه النظرية، يمكن تحقيق فهم أعمق للتحديات والفرص التي تواجه الكوادر الطبية في تقديم رعاية عالية الجودة لمرضى الفشل الكلوي، مما يساهم في تحقيق نتائج إيجابية تعزز من جودة الحياة للمرضى.

المنهجية وطرق البحث:

في البحث المعنون "العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء وتحقيق أهداف المبيعات دراسة تطبيقية على شركات التأمين"، تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوبين مناسبين

للوّصف والتحليل. يتماشى المنهج الوصفي مع الفصول النظرية للبحث، حيث يهدف إلى تقديم نظرة شاملة عن المفاهيم الأساسية المرتبطة بتقنيات إدارة علاقات العملاء وتأثيرها على الأداء في تقديم الخدمات الطبية. هذا المنهج يساعد في توضيح الخلفية النظرية التي يستند إليها البحث، ويعزز من فهم القارئ للمفاهيم والمبادئ المتعلقة بجودة الخدمات الصحية.

أما في الفصل التطبيقي، فقد تم اعتماد المنهج التحليلي والاستنباطي لتقييم وتحليل البيانات التي تم جمعها من الاستبانة المخصصة للمؤسسة محل الدراسة. هذا المنهج يُعتبر ملائمًا لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع بشكل دقيق، حيث يساهم في تحليل الأبعاد المختلفة لعلاقة تقنيات إدارة علاقات العملاء بتحسين الأداء. من خلال هذا التحليل، يمكن للباحثين استنباط النتائج والاستنتاجات التي تدعم أو تتناقض مع الفرضيات المطروحة، مما يعزز من موثوقية البحث.

يعتمد اختيار المنهج المناسب لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها. في هذا السياق، يعتبر المنهج الوصفي التحليلي الخيار الأمثل للإحاطة بمختلف جوانب الدراسة. فالأسلوب الوصفي يعد مناسبًا لتقديم وصف شامل للأبعاد النظرية المتعلقة بتقنيات إدارة علاقات العملاء، بينما يُعزز الفصل التطبيقي التحليلي من فهم كيف تُطبق هذه المبادئ في الواقع العملي، خاصة في سياق تقديم الخدمات الطبية لمرضى الفشل الكلوي.

يساهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات، ثم تحليلها ومناقشتها. من خلال هذا التحليل، يتم التعرف على كيفية تأثير تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء، وما هي العوامل التي تساهم في تحسين جودة الخدمات الطبية. وبذلك، يصبح المنهج الوصفي

التحليلي هو الأكثر استخدامًا في معظم الدراسات السابقة التي تناولت موضوع إدارة الجودة في السياقات الصحية، نظرًا لقدرته على توفير رؤى عميقة وشاملة حول الموضوع المدروس.

مصادر جمع البيانات

➤ **المصادر الثانوية:** وتشمل البيانات والمعلومات الموجودة في الكتب والمراجع، والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمجلات والدوريات والمؤتمرات العلمية وورش العمل، بالإضافة إلى التقارير المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الموضوع في مختلف المؤسسات ذات الصلة.

➤ **المصادر الأولية:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- **القسم الأول:** وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، والمتمثلة ب:
النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.
- **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** اقتصرت الدراسة على تناول العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء بأبعادها المتمثلة في (الأنظمة والمنصات الرقمية - تحسين الولاء والعلاقة طويلة الأجل - تحسين أداء مندوبي المبيعات - تحسين تجربة خدمة العملاء) وتحقيق اهداف المبيعات بأبعاده مجمعة دراسة تطبيقية على شركات التأمين.
- **حدود مكانية:** شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية.
- **حدود زمانية:** تم إعداد الدراسة في عام 2025.
- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على العاملين في شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية.

المراجع:

1. القحطاني، حسين حسن، وشعبي، فيصل بن أحمد بن عابد. (2022). العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء على كفاءة الأداء: دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين في إدارة التعليم بمحافظة جدة. المجلة العربية للآداب والدراسات الانسانية، ع24، 181 - 226.
2. بوعازي، فريدة، و بو الطبخ، ليلي. (2020). العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء على الأداء التنافسي: دراسة ميدانية بالبنوك العاملة بولاية سكيكدة. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، مج16، ع23، 379 - 396.
3. بلقاسمي، خالد، و جميل، أحمد. (2020). العلاقة بين استخدام تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء في اكتساب الأسبقيات التنافسية: دراسة حالة شركة الاسمنت بسور الغزلان - SCSEG - ولاية البويرة. مجلة مجاميع المعرفة، مج6، ع2، 312 - 329.
4. يعقوب، عدنان. (2021). العلاقة بين استخدام استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في تقنيات إدارة علاقات العملاء: دراسة ميدانية على العاملين في الجامعة الإسلامية في لبنان. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والسياسية، مج37، ع3، 329 - 364.
5. الشريف، أحمد البشير. (2023). العلاقة بين استخدام تطبيق مبادئ تقنيات إدارة علاقات العملاء في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية بمصرف الجمهورية فرع أبي الأشهر تاجورا. مجلة البحوث العلمية، مج8، ع16، 247 - 258.
6. المعايطه، زيد سليمان عبيد، و أبو زيد، أحمد ناصر أحمد. (2021). العلاقة بين استخدام ممارسات تقنيات إدارة علاقات العملاء على أداء العاملين: دراسة حالة على شركات الاتصالات السعودية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.

7. شموط، أحمد بهجت، و جوازنة، أحمد خالد. (2022). العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء على أداء العاملين: دراسة ميدانية على المنظمات الخدمية الخاصة في عمان. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، مج18، ع1، 71 - 87.
8. عبدالله، عبدالله جمعة علي، و إسماعيل، زكي مكي. (2021). دور تقنيات إدارة علاقات العملاء في إنتاجية العاملين بالقطاع الصناعي: دراسة تطبيقية على الشركة السودانية لتوزيع الكهرباء 2014-2019 م (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم.
9. العتيبي، سعد عزيز حبيب. (2022). العلاقة بين استخدام تطبيق نظام تقنيات إدارة علاقات العملاء في الأداء بالمؤسسات الحكومية: دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في مكة المكرمة. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، مج12، ع5، 532 - 551.
10. لغرس، سوهيلة. (2022). تقنيات إدارة علاقات العملاء في التعليم: المفهوم، الأساليب، الأهمية: مقارنة نظرية. مجلة المواقف، مج17، عدد خاص، 13 - 33.
11. صالح، ماجد محمد، و عبد الحميد، جكرخوين. (2019). تقنيات إدارة علاقات العملاء إدارة لتعزيز مرتكزات الصيانة المنتجة الشاملة: دراسة ميدانية في معامل الحديد والصلب في اقليم كردستان العراق. مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، مج11، ع26، 339 - 367.
12. عمران، حسن عبدالسلام علي، إدريس، حنان علي، و أنقاني، نجلاء عبدالسلام. (2020). عقبات تقنيات إدارة علاقات العملاء بالجامعات: دراسة لآراء عينة من أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد جامعة سبها. مجلة دراسات اقتصادية، مج14، ع1، 1 - 14.
13. بن غربي، عثمان، و سعدي، فاطمة. (2021). تقنيات إدارة علاقات العملاء في المنظمات الخدمية: المفاهيم، الأهداف، المتطلبات. مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، مج4، ع7، 344 - 359.
14. الشقيرات، إيناس أحمد عودة الله، و الشورة، محمد سليم خليف. (2022). العلاقة بين استخدام تقنيات إدارة علاقات العملاء في السمعة المنظمة: الدور المعدل لمعايير الجودة في الجامعات الحكومية الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان.

15. زيادي، كريمة، و علوي، هند. (2021). تقنيات إدارة علاقات العملاء بالمكتبات الجامعية الجزائرية: مكتبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة باتنة 1 أنموذجاً. مجلة العلوم الانسانية، س21، ع2 ، 100 - 119.

16. غربي، محمد حسين. (2021). تقنيات إدارة علاقات العملاء والعلاقة بين استخدامها في زيادة المبيعات: دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في شركة (الكروني) للمشروبات الغازية المحدودة / كركوك. مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، مج11، ع1 ، 27 - 51.

17. الرحامنة، ولاء موفق صقر، و الربابعة، فاطمة علي محمد. (2024). العلاقة بين استخدام ممارسة تقييم السياسات العامة الصحية على أداء القطاع الصحي الحكومي الأردني: تحليل البيانات الضخمة متغيراً معدلاً: دراسة ميدانية على مستشفيات وزارة الصحة الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.

18. الرشيدى، عبدالعزيز ناصر خنيفر القعيط. (2023). دور الذكاء الاستراتيجي في تحسين الأداء الاستراتيجي. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، مج39، ع39 ، 441 - 474.

19. زقلام، إيمان خالد زهير، و الخرابشة، سامى عواد إسماعيل. (2024). العلاقة بين استخدام تطبيق ممارسات إدارة الموارد البشرية الرقمية في تحسين الأداء المؤسسي لدى البنوك التجارية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الاسراء الخاصة، عمان.

20. العطيات، علي موسى خليفة، و المعلا، عماد محمد عطوان. (2022). العلاقة بين استخدام المسؤولية الاجتماعية على الأداء التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان.

21. Salahat, Mahmoud Ali, and Katlo, Razen Bishara. (2023). The

Impact of HRM Practices and Leadership Styles on Administrative–

- Office Staff Performance in Palestinian Universities. Palestine Ahliya University Journal for Research and Studies, Vol. 2, No. 3, 54–66.
22. Abdelhameed, M. A. H. (2023). The Mediating Role of Job Satisfaction in the Relationship between Human Resources Management and Employees Performance at Localities from Staff Point of View in the Service Affairs Chamber at the Northern State. Journal of Economic Research and Studies, Vol. 12, 398–424.
23. Al-Anzi, Walid Khaled Sagheer Mashouj Shahadh. (2022). The Use of Social Media as a Learning Tool by Staff in the College of Education, Kuwait University: A Qualitative Study. Educational Journal, Vol. 36, No. 142, 11–32.
24. Mofteh, K. A. K., Abdelmawgoud, M. T. A., and Abd El-Salam, M. A. E. E. (2023). Measuring the Level of Employees Performance in Cairo's Hotel Chains: An Analytic Study. Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Vol. 7, No. 1, 98 – 115.
25. Al-Kasr, Sharifa bint Awad. (2023). Organizational Culture and its Role in Improving the Performance of Human Resources: Applied Study on Faculty Members in Shaqra University. Hafr Al-Batin

University Journal of Educational and Psychological Sciences, Issue
7, 560–592.

26. Al-Ali, A. H., & Abu-Rumman, A. (2019). The Role of Total Quality Management in the Face of Challenges: A Study in Lafarge- Jordan. *Academy of Strategic Management Journal*, 18.(1)
27. Al-Damen, R. A. (2017). The impact of Total Quality Management on Organizational Performance Case of Jordan Oil Petroleum Company. *International Journal of Business and Social Science*, 8(1). 192-202•.

Mid-Ocean University

College of Management

Department of business Administration



**The relationship between the use of customer relationship
management techniques and the achievement of sales goals in
insurance companies: an applied study**

Preparation:

Hussein

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid Mohammed Hassan

1447-2025