

# خدمة العملاء



# مهارات خدمة العملاء

”الحقيقة ليست حقيقة حتى يصدقك الناس وهم لن يستطيعوا تصديقك إذا كانوا لا يعرفون ما تقول ولن يستطيعوا معرفة ما تقول إذا لم يستمعوا لك وهم لن يستمعوا لك إذا لم تكن مهتماً “

وليام بيرنبيك

## المحتويات

- ١- مبادئ خدمة العملاء ..... ٦
- ١.١ لماذا خدمة العملاء؟ ..... ٦
- ٢.١ أنواع العملاء ..... ٦
- ٣.١ ماذا يريد العملاء؟ ..... ٧
- ٤.١ هل العميل دائماً على حق؟ ..... ٧
- ٥.١ أنواع الشخصيات ..... ٩
- ٦.١ قنوات الاتصال ..... ١٠
- ٢- الحصول على المعلومات ..... ١٢
- ١.٢ أساليب طرح الأسئلة ..... ١٢
- ٢.٢ الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة ..... ١٢
- ٣.٢ السؤال الموجه (الإيحائي) ..... ١٢
- ٣- التعاطف ..... ١٣
- ١.٣ ما هو التعاطف؟ ..... ١٣
- ٢.٣ كيف تتعاطف؟ ..... ١٤
- ٤- سيناريوهات خدمة العملاء ..... ١٥
- ١.٤ السيناريوهات المعتادة ..... ١٥
- ٢.٤ العميل المتشكك (الغير واثق) ..... ١٦
- ٣.٤ التعامل مع العميل الغاضب ..... ١٨
- ٤.٤ التعامل مع العميل سليط اللسان ..... ٢٠
- ٥.٤ الإستجابة للحديث الصاخب ..... ٢٠
- ٦.٤ طابور طويل ..... ٢١
- ٧.٤ أنت لا تملك المعلومات ..... ٢٢
- ٨.٤ أريد الحديث مع مديرك ..... ٢٤
- ٩.٤ استخدام العملاء الآخرين كمستمعين ..... ٢٦
- ١٠.٤ لا تستطيع أن تجد المعلومات ..... ٢٨
- ٥- تسلسل ترتيب الجمل ..... ٣٠
- ٦- مهارات الهاتف ..... ٣١
- ١.٦ الوضع على الإنتظار ..... ٣٣
- ٢.٦ تحويل المكالمات ..... ٣٣
- ٧- لغة الجسد ..... ٣٦
- ١.٧ الإنطباعات الأولى ..... ٣٧
- ٢.٧ الإيماءات ..... ٣٧
- ٨- التعامل مع الشكوى ..... ٤٠
- ١.٨ مبادئ التعامل مع العملاء الغير سعداء ..... ٤٠
- ٢.٨ غير قادر على تلبية الطلب ..... ٤١
- ٣.٨ تدريب: قول "لا" ..... ٤٢

- ٤٣----- ٤.٨ التحديات
- ٤٤----- ٩- إجابات سيناريوهات خدمة العملاء
- ٤٤----- ١.٩ العميل المتشكك (الغير واثق)
- ٤٥----- ٢.٩ العميل الغاضب
- ٤٦----- ٣.٩ أنت لا تملك المعلومات
- ٤٧----- ٤.٩ أريد التحدث مع مديرك
- ٤٨----- ٥.٩ استخدام العملاء الآخرين كمستمعين
- ٤٩----- ٦.٩ لا تستطيع أن تجد المعلومات
- ٥٠----- المراجع

## أهداف الدورة التدريبية

بنهاية هذه الدورة سوف تكون قادراً على :  
إتقان فن خدمة العملاء والحصول على أقصى إستفادة من كل تفاعل مع  
العملاء

### أهدافك:

أكتب ثلاث من أهدافك الرئيسية أدناه . ماذا تريد أن تتعلم في هذه  
الدورة؟ ماذا تريد أن تكتسبه ؟ ما الذي تريد أن تكون أفضل فيه؟  
ماذا تحتاج؟

١.

---

---

---

٢.

---

---

---

٣.

---

---

---

## ١ - مبادئ خدمة العملاء

"بالنسبة للطرق ، قد يكون هناك ما يزيد عن المليون طريق ولكن المبادئ قليلة . الرجل الذي يستطيع أن يحدد مبادئه ، يستطيع أن يختار طريقه الخاصة. أما الرجل الذي يتبع الطرق متجاهلاً للمبادئ ، بالتأكيد سوف يواجه المتاعب " رالف والدوا إيمرسون

### الهدف :

بنهاية هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

تطبيق المبادئ الأساسية لخدمة العملاء لأي شخص يريد "منتجاتك"

ممثّل خدمة العملاء (CSR) هو بالضبط ما يوحي به الاسم ، ممثّل خدمة العملاء للشركات هو ممثّل المنظمة والذي يتعامل معه العميل وبالتالي فإن أي انطباع يحصل عليه العميل من ممثّل خدمة العملاء للشركة يطبقها على الشركة بأكملها ينظر إلى ممثّل خدمة العملاء للشركات كوجه الشركة وإذا كان العميل لديه أي قضايا ، فهو أو هي سيكون خط المواجهة الأول الذي سوف يتعامل مع العميل ونتيجة لذلك فإن خدمة العملاء ذات أهمية قصوى للمنظمات والأفراد وهي المهارة التي يجب للجميع ان يتقنها.

### ١.١ لماذا خدمة العملاء ؟

خدمة العملاء الجيدة لا تفيد المنظمات فقط ولكن تساعد ممثّل خدمة العملاء أيضاً. ها هي بعض الفوائد التي يحصل عليها ممثّل خدمة العملاء من إعطاء خدمة جيدة للعميل :

- **يجعلك راضياً عن عملك :** توفير خدمة العملاء بجودة عالية يجعلك تشعر بالإرتياح لأنك فعلت عملاً بأفضل قدراتك.
- **يقلل من التوتر والأزعاج :** مهارات خدمة العملاء الجيدة تساعدك على الإحتفاظ بالعملاء سعداء أو على الأقل تقلل طول أو كثافة شكواهم أو الإحباط في المواقف الصعبة.
- **يمكنك الحصول على ترقية :** سيلاحظ المشرفين والمديرين طريقة تعاملك مع العملاء الصعبة بشكل جيد وقيامك بتحسين صورة الشركة وسيقوموا بمكافأة ذلك بالعلاوات والترقيات وذلك ببساطة لأن خدمة العملاء الجيدة تجلب المزيد من الزبائن والتي تجلب المزيد من المال وسوف تحصل على حصة من الكعكة.

### ٢.١ أنواع العملاء

هناك أنواع مختلفة من العملاء تحتاج إلى التمييز بينها ، العميل ليس بالضرورة أن يكون الشخص الذي يدفع ، هذه هي الأنواع العامة:

- **عميل خارجي يقوم بالدفع:** هذا هو النوع الأكثر شيوعاً الذي يتبادر إلى ذهن العميل الذي الذي يدفع للحصول على المنتج أو الخدمة و يستحق بالتأكيد أن يعامل بشكل جيد.
- **عميل خارجي لا يقوم بالدفع:** بعض العملاء قد لا يقوم بالدفع لك مباشرة ، على الرغم من هذا فهم مازالوا بحاجة إلى أن يعاملوا كعميل قيم .على سبيل المثال ، السائح الذي يتعامل مع مركز المعلومات السياحية لا يقوم بالدفع ولكن ينبغي أن يعامل كأحد العملاء وبالمثل أحد الوالدين للطالب في المدرسة هو عميل للمعلم ، على الرغم من أنه قد لا يكون هناك أي مدفوعات مباشرة معينة .

- **عميل داخلي لا يقوم بالدفع :** كما لديك عملاء خارجيين ، يمكن أيضاً أن يكون لديك عملاء داخليين يرغبون في الخدمات التي تقدمها .على سبيل المثال ، يمكن لمهندس الـ IT الذي يدعم أجهزة الكمبيوتر للموظفين أن يتعامل مع الموظفين وكأنهم عملاء.
- **عميل داخلي يقوم بالدفع :** حتى ولو كنت قد تتعامل مع عميل داخلي ، يمكن أن تكون هناك معاملة مادية ، مثل المدفوعات المشتركة بين الأقسام . " الدفع قد يكون أيضاً مستنداً على الوقت بدلاً من أن يكون مستنداً على المال " على سبيل المثال يمكنك ان تطالب بمقابل مالي عن آخر مشروع قضيت الوقت فيه لتقديم الإستشارة ، في هذه الحالة قد يكون لديهم كعميل يقوم بالدفع توقعات معينة ، لذا فأنت تحتاج إلى التعامل مع هذا بمهارات خدمة العملاء.

بإختصار ، عامل كل شيء وكل شخص كعميل وقم بتطبيق مبادئ خدمة العملاء للجميع للحصول على نتائج أكثر إنتاجية. بإختصار، كل شخص هو ممثل خدمة العملاء بطريقة أو بأخرى.

### ٣.١ ماذا يريد العملاء؟

العملاء لديهم احتياجات معينة يجب إرضائها قبل أن يتمكنوا من الشعور بأنهم يعاملون بشكل إحترافي . إن معرفة هذه الاحتياجات هو أمر بالغ الأهمية لنجاح أي ممثل لخدمة العملاء يتفاعل مع العملاء. و القائمة التالية تبين بعض الاحتياجات الأكثر أهمية للعميل :

- هم يريدون أن يروا الجهد المبذول.
- هم يريدون أن يكون لديهم خيارات.
- هم يريدون أن يفهموا.
- هم يتوقعون خدمة سريعة ، خاصةً عندما يكونون في عجلة من أمرهم .
- هم حساسون بالنسبة للسرية.
- هم يريدون أن يُعاملوا كأشخاص مهمون.
- هم يحبون المفاجآت السعيدة.
- هم يريدون أن يشعروا بالإرضاء تجاة حاجتهم.
- هم يريدون قيمة مقابل النقود وليس فقط خدمة رخيصة.
- هم يحبون البساطة ، فلا يجب إزعاجهم بفهم درجة تعقيد خدمتك أو منتجك.
- هم يريدون أن يعاملوا بإستمرار وبعدل ، خاصةً بالمقارنة بالعملاء الآخرين .
- هم يحبون خدمة موثوق بها ، تمكنهم من إتخاذ قرارات أفضل.

### ٤.١ هل العميل دائماً على حق ؟

عبارة " الزبون دائماً على حق " هي أسطورة. العميل لا يمكن أن يكون دائماً على حق ، لأنه يمكن أن يخطئ ، يسيئ فهمك أو خدماتك أو ببساطة يكون كثير المطالب. بدلاً من تلك العبارة نحاول الآن توضيح مفهوم دقيق : **الأحترام.** وربما يمكن إستبدال تلك العبارة بالتالي :

- يستحق العميل أن يعامل كشخص مهم واحتياجاته جديرة بالدراسة.
- يستحق العميل الحصول على أقصى قدر من الجهد ، حتى لو كان هو أو هي صعبة جداً أو مبالغ في طلباته.

**تدريب عملي : خبرة خدمة العملاء**

قم بتحديد خبرات خدمة العملاء السابقة الإيجابية والسلبية وقم بتسجيلها أدناه.

**خبرة أو تجربة إيجابية**

**خبرة أو تجربة سلبية**



## ٥.١ أنواع الشخصيات

تخيل التحدث مع عميل على الهاتف الذي يرغب في الحصول على الحقائق وفي عجلة من أمره. إذا كنت تنفق الوقت في الذهاب ببطء خلال التفاصيل ، فإنه لا بد أنك تزعجه. ما تريد حقاً أن تفعله هو أن تطابق نمط الإتصال الخاص بك مع نمط الإتصال الخاص بعميلك.

لننظر في البعدين التاليين:

- موجة نحو المهمة / موجة نحو العلاقات.
- قرارات سريعة / قرارات مدروسة .

يمكنك تقسيم الناس على أساس هذين البعدين لينتهي الأمر مع ٤ أقسام كما هو مبين أدناه .

هذا نظام بسيط ويساعدك بسرعة للكشف عن نوع الشخص الذي تتعامل معه وبالتالي تتصرف على النحو الذي يناسب شخصيتهم .

	موجة نحو المهمة	موجة نحو العلاقات
قرارات سريعة	<p><b>Q1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• إنجاز المهمة</li> <li>• أكثر اهتماماً بإنهاء الأعمال بسرعة</li> <li>• يقوم بطرح أسئلة كثيرة</li> <li>• يقوم بعمل قرارات سريعة اعتماداً على الحقائق</li> <li>• قد تشعر بان العملاء يمثلون عبئاً</li> <li>• غير مهتمين بالأحاديث التافه</li> </ul>	<p><b>Q2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• يقوم باتخاذ قرارات سريعة اعتماداً على العلاقات الشخصية</li> <li>• مهتم بالحقائق الأساسية</li> <li>• إن بناء علاقة تجارية / شخصية قد يستغرق وقتاً</li> </ul>
قرارات مدروسة (متأنية)	<p><b>Q3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• لا يحبون أن يتم دفعهم لإتخاذ القرارات</li> <li>• يريد الكثير من المعلومات المتعلقة بالموضوع</li> <li>• لدعم إتخاذ القرار</li> <li>• يريد تحليل كل المعلومات قبل إتخاذ القرار</li> </ul>	<p><b>Q4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• مهتمون بالحديث عن الأشياء</li> <li>• يقضون الوقت في بناء علاقة تجارية / شخصية معك</li> <li>• يحبون الرجوع للأصدقاء والعائلة ويشترك معهم بسعادة لدعم القرار</li> <li>• لا يحبون أن يتم دفعهم في القرار</li> </ul>

أولاً وقبل كل شيء تحتاج إلى معرفة إلى أي مربع تنتمي ، ضع علامة X على السطر أدناه لكل بعد يعتبر الأفضل لك .



أنا أنتمى للمربع \_\_\_\_\_

تذكر ، ليس هناك مربع صواب أو خطأ ، هذا مجرد نظام تصنيف يساعدك في التعامل مع العملاء .على سبيل المثال إذا كنت تتحدث إلى شخص معارض لك "تماماً" في التصنيف ، لذا عليك أن تولي اهتماماً خاصاً لمطابقة محادثتك مع إحتياجات العملاء.

## ٦.١ قنوات الاتصال

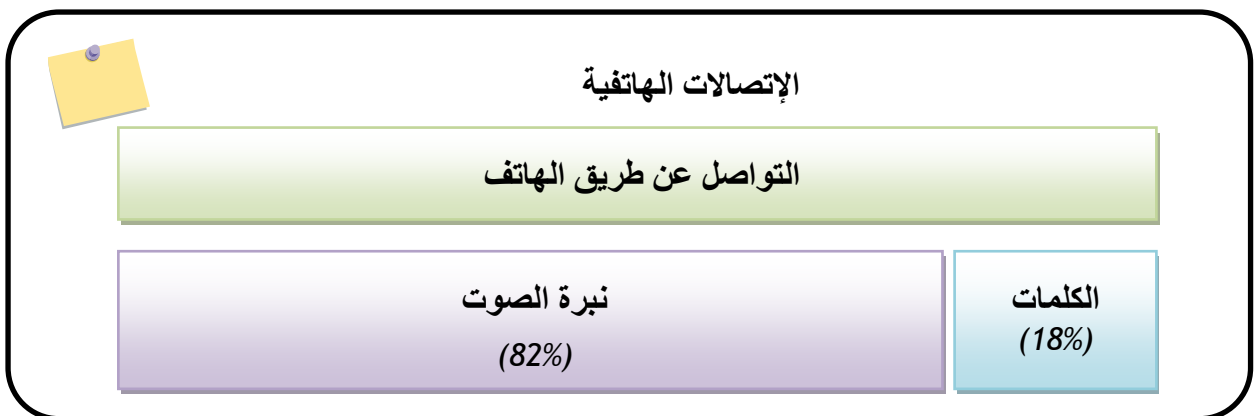
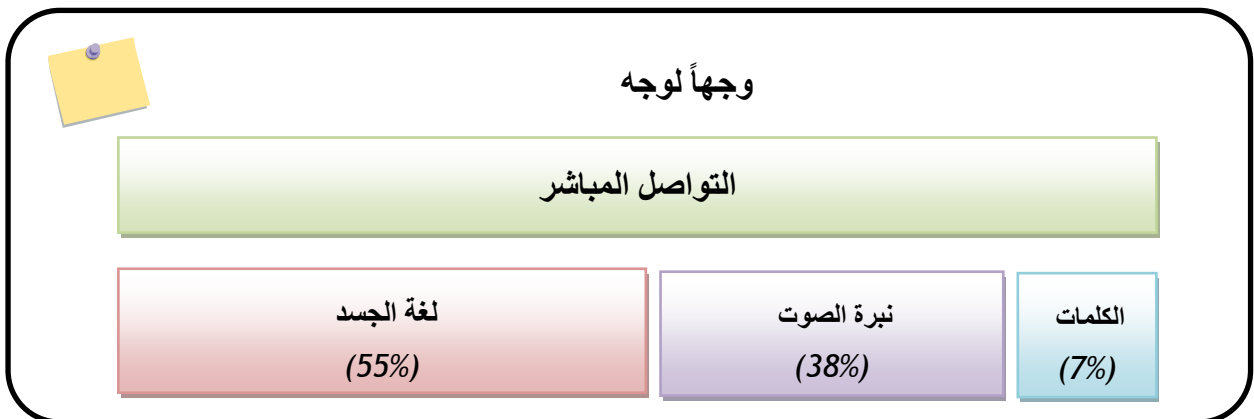
علاقتك مع العملاء يمكن أن تكون معقدة ونسبية ومع ذلك فإن كل ذلك يرجع إلى العوامل التالية :

- ماذا تقول.
- كيف تتصرف.
- كيف تبدو.

بالتأكيد ، الشخصية لها دور كبير في هذا أيضاً وتلك البيئة الموجودة فيها ، على الرغم من أن هذه المعايير قد يكون من الصعب تغييرها عندما تأمل في تعديلها .فإن لديك من ناحية أخرى السيطرة الكاملة على كل ما تقوله وكيف تتصرف والطريقة التي تقدم بها نفسك للآخرين.

لننظر في الرسوم البيانية المبينه أدناه .كما ترون ، لا تتم جميع الإتصالات لفظياً ، فأنت تحتاج إلى الإنتباه إلى لغة الجسد ونبرة صوتك بنفس القدر.

ومن المثير للأهتمام ، إذا كان لديك التوجه الصحيح تجاه العملاء ستصنع بسهولة اللهجة الصحيحة ولغة الجسد الصحيحة. لبي إحتياجات العملاء وأحترمهم وأبذل بعض الجهد لمساعدتهم ، إذا كنت تتبني التوجه الصحيح ، إشاراتك غير اللفظية ستتحاذى بسهولة مع توجهك.





### المميزات مقابل الفوائد

دائماً حاول وصف فوائد المنتجات للعملاء وليس فقط الميزات. العميل يريد أن يعرف "ما الذي سيفعله ذلك المنتج له"، بدلاً من طريقة صنع ذلك المنتج أو مقارنته بالتقنيات والخدمات الأخرى. تجنب المفردات التخصصية وتمسك بما سيغيره المنتج في حياة العميل والقيمة المضافة لحياته. إنها القيمة التي تقوم ببيعها ، لذلك فمن الأهمية توضيح ذلك دائماً وتذكير العملاء بها في كل وقت.

## ٢- الحصول على المعلومات

" في مجال الأعمال أنت لا تحصل على ما تستحق فأنت تحصل على ما تتفاوض عليه "

تشيستر الكاريس

الهدف :

بنهاية هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

طرح الأسئلة الفعالة على العملاء للحصول على نتائج مرضية

### ١.٢ أساليب طرح الأسئلة

طرح الأسئلة هو جزء أساسي من الإتصالات وتبادل المعلومات على نحو فعال . عن طريق طرح السؤال الصحيح في الوقت المناسب ، يمكنك الحصول على مزيد من المعلومات ، كما يمكن إدارة الناس بشكل أكثر فعالية وبناء علاقات أقوى من خلال تجنب سوء الفهم.

### ٢.٢ الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة

هذه التقنيات تستخدم عادةً في التعاملات اليومية. الأسئلة المغلقة في الغالب يتم الرد عليها بكلمة واحدة أو أجابات قصيرة. من السهل طرحها لجعلهم يقوموا بتزويدك بالحقائق بسرعة. السائل يكون في موضع سيطرة على المحادثة. مثال:

- س: هل ترغب في مسجل دي في دي DVD؟
- ج: نعم .

الأسئلة المفتوحة تميل لتكون أجاباتها أطول. الأجابة لسؤال مفتوح قد تحوى مشاعر بالإضافة إلى حقائق وتجعل المجيب يفكر والتفكير ملياً قبل الأجابة. مثال:

- س : أين سوف تستخدم الكاميرا ؟
- ج : أنا أفضل إستخدامها عند السفر ، لكنى أستخدامها أيضاً لأخذ بعض الصور لعائلتى.

### ٣.٢ السؤال الموجة (الإيحائى)

حاول تجنب تلك الأسئلة ، لأنها تفترض أنك تعرف الجواب بالفعل وتقوم بإغلاق المحادثات. بدلاً من ذلك حاول إستخدام أسئلة للبحث والحصول على مزيد من التفاصيل من العميل. أمثلة للأسئلة الإيحائية :

- "الا تعتقد أنه سيكون من الأفضل أن...؟"
- "لقد فهمتها هكذا هكذا الأ.....؟"



سته خدام أوفياء هم :

أحافظ على سته خدام أوفياء علمونى كل ما أعرف أسمائهم  
هى : ماذا ، لماذا ، متى ، كيف ، أين ، من ؟

## ٣- التعاطف

" الناس سوف تنسى ما قلته ، الناس سوف تنسى ما فعلته ولكن الناس لن تنسى ما جعلتهم يشعرون به "

بوني جان وسيموند

### الهدف :

بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :  
إستخدام التعاطف للحفاظ على علاقة جيدة مع العملاء

### ١.٣ ما هو التعاطف؟

التعاطف هو القدرة على التعرف على وفهم الحالة الذهنية أو العاطفية للآخر. بكلمات أخرى هي القدرة على وضع نفسك في موقف الآخرين . التعاطف لا يعني أنك يجب أن تتفق مع الآخرين ولكن يعنى تحديك لفهم وقبول أن يكون للآخرين الحق في أن يكونوا مختلفين. الإستماع التعاطفي هو جزء مهم من إستخدام التعاطف في مجال الإتصالات. هو وسيلة الإستماع والإستجابة للشخص الآخر مما يحسن التفاهم والثقة المتبادلة ، الرد هو جزء أساسي من الإستماع التعاطفي يعتمد عليه نجاح أو فشل الإتصالات. ها هي بعض القواعد الأساسية التي تجعل الإستماع التعاطفي ممكناً وتسمح بالإستفادة القصوى من التعاطف في مجال الإتصالات. هذه الأفكار من وحى الكاتب الشهير على التعاطف ومهارات الإتصال:

#### أفعل:

- إظهار الأهتمام ، كن يقظاً.
- كن صبوراً.
- تصرف كالمرأة. تعكس ما الذى يقوله أو يشعر به المتكلم.
- قم بالإلتفات إلى المتكلم للتأكد من أنك تفهم بما يشعر .
- شجع الشخص ليخبرك المزيد.
- وضح أنك تستمع عن طريق هز رأسك أو بتعابير الوجه.
- كن كصندوق ترديد الأصوات ، أسمح للشخص الآخر أن يردد أفكاره ومشاعره لك بإفترض أنك لن تقوم بالحكم عليه.

#### لا تفعل:

- إستبعاد مشاعر المتكلم "الأمر ليس بهذا السوء".
- تقاطع.
- سؤال الكثير من الأسئلة.
- تقوم بتغيير الموضوع.
- تعلم وتعظ .
- تنصح.

### ٢.٣ كيف تتعاطف ؟

كل ما عليك القيام به هو إظهار أنك مهتم ويتم إظهار هذا من خلال بعض العبارات مثل :

- "أنا أفهم ذلك...."
- "أنى أقدر هذا ....."
- "أشعر بالأسف لسماع ذلك....."

يمكنك إعادة صياغة وعكس العبارات التي قالها العميل لك لإظهار أنك تفهم مشكلته/مشكلتها . حاول استخدام تعبيراتك الخاصة لكي تبدو أكثر إقناعاً وهي تجعلك تبدو كأنك فعلاً قد قمت بالإستماع للعميل.

على سبيل المثال ، لننظر للعبارة التالية من العميل:

- "تم إلغاء رحلتي اليوم ولدي وثيقة تأمين السفر وأنا بحاجة إلى مساعدة في العثور على مكان للإقامة الليلة "

كيف يجب أن يستجيب ممثل خدمة العملاء لذلك؟ لننظر إلى التالي:

- "إذا أعطيتني رقم الوثيقة يمكنني فتح الحساب الخاص بك".

هذا رد ولكن يمكن أن تحسن الموقف بالتعاطف كالتالي :

- "أنا أسف لسماع إن رحلتك تم إلغائها وإنه عليك البقاء الليلة ، من فضلك إعطني رقم بوليصة التأمين الخاصة بك حتى أستطيع أن أرى ما يمكننا القيام به بالنسبة لك "

الطريقة الثانية تبدو أكثر اهتماماً وسيكون من الأسهل لممثل خدمة العملاء أن يبني العلاقة مع العميل.



#### لكي تقوم ببناء علاقة .....

- أبتسم قل "من فضلك" و "شكراً"
- قدم الأسباب عند قول "لا"
- إظهر أنك تهتم بإحتياجات العميل
- تعاطف مع العميل وأفهم مشاعره
- قدم بدائل ودع العميل يعرف ما هي إختياراته
- إستخدم أسم العميل
- لا تتسرع ، تظاهر كما لو كان لديك كل الوقت في العالم لمساعدة العميل في إحتياجاتهم

## ٤ - سيناريوهات خدمة العملاء

"لقد كانت مفاجأة كبيرة لى عندما أكتشفت أن معظم القبح الذى رأيتة فى الآخرين كان مجرد إنعكاس لطبيعتى الخاصة "

**الهدف :**

**بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :**

**الإستجابة لمطالب وإحتياجات العميل بشكل إحترافى مع الحفاظ على علاقة جيدة**

### ١.٤ السيناريوهات المعتادة

هذا القسم يحتوى على عدد من سيناريوهات خدمة العملاء جنباً إلى جنب مع الحلول المحتملة التي يمكن إستخدامها للتعامل مع الوضع.

#### ١.١.٤ سيناريو A

ماذا تفعل عندما يطلب منك أحد العملاء فى طابور الإنتظار أن يخدم أولاً قبل الآخرين؟

**الحل**

أطلب من العميل سؤال الآخرين فى طابور الإنتظار ، إذا كان من الممكن خدمته أو خدمتها أولاً.

#### ٢.١.٤ سيناريو B

تجاوز أحد العملاء دور الآخرين فى طابور الإنتظار. هل ستفعل أي شيء؟ ماالذى سوف تفعله؟

**الحل**

يجب أن لا تتجاهل هذا ولكن فى نفس الوقت يجب أن لا تتهم أو تقوم بإحراج العميل ، فمن الممكن تماماً أنه /أنها قد ارتكبت خطأ بقل :

"أنا أسف ، ربما لم تلاحظ نهاية طابور الإنتظار ، الطابور ينتهى هناك. أعلم أن ذلك يربك أحياناً "

#### ٣.١.٤ سيناريو C

كنت تخدم أحد العملاء وفجأة جاء عميل آخر ليقطع محادثتك مع العميل الأول كيف ستتعامل مع ذلك؟

**الحل**

إستخدام جمل قصيرة سريعة وأسمح للعميل الجديد بمعرفة انك تريد التعامل مع العميل الآخر أولاً  
إستخدام يدك بزاوية ٤٥ درجة (بمعنى توقف) وقل:

" لحظات وسأستطيع مساعدتك أو يمكنك الذهاب إلى مكتب خدمة العملاء"

#### ٤.١.٤ سيناريو D

العميل ليس سعيداً بالخدمة التى تقدمها ويهدد بتقديم شكوى إلى الصحافة. كيف ستتعامل مع ذلك؟

**الحل**

لا تاخذ الطعم . فقط قل :

"نعم، أنا أفهم ، هذا بالتأكيد حقا إذا كنت تريد أن تفعل ذلك. يمكنني جعلك تتحدث إلى مديرنا إذا كان ذلك يساعد ولكن هذا متروك لك تماماً "

أنت تريد أن تلمح إلى أن التحدث مع المدير أكثر فائدة للعميل من الحديث إلى الصحافة ولكن في نفس الوقت أنت تعترف بحقوق العميل في إتخاذ الإجراءات البديلة.

#### ٥.١.٤ سيناريو E

العميل قد يقول لك أن زميلك قد أعطى له نصيحة مختلفة ولذلك يريد أن يعامل بشكل مختلف. كيف ستجيب؟

#### الحل

قد يكون زميلك قال حقا شيء مختلف للعميل ولكن من الممكن أيضا أن يكون العميل يريد تخويفك للحصول على نتائج أفضل. في أي حال ، لا تسقط في الفخ ، ركز المحادثة على القضية المطروحة واقتراح حلها بطريقتك. الزبون حر في الذهاب والتحدث إلى الزميل الآخر إذا كان يريد ، أنت تريد بفعالية توفير خيار للعملاء.

#### ٢.٤ العميل المتشكك (الغير واثق)

بفرض أن لديك عميل لا يثق بك ، هذا يحدث عادةً عندما يضطر أحد العملاء للإعتماد على خبراتك الخاصة. السيناريوهات النموذجية لذلك عندما يضطر أحد العملاء للتعامل مع ميكانيكي أو محامى. العميل ببساطة يضطر إلى الإعتماد على الخبرة التي يمتلكها ذلك الشخص الذي سيقوم بالخدمة ويقبل بأرائهم. فمن الطبيعي للعميل أن يكون متشكك لأن هناك حافز مالي لموفر الخدمة لتضخيم المشاكل وبالتالي المطالبة بأكثر. السؤال هنا ، كمزود للخدمة كيف يمكنك جعل العميل يثق بك أكثر . لننظر إلى المحادثة التالية :

الميكانيكي : "لقد قمنا بفحص سيارتك ووجدنا أن هناك عدداً من المشاكل. هناك تسريب للزيت وعصا التعشيق متآكلة وربما تعلق إذا لم تستبدل "

العميل : "حقاً (بتشكك)"

الميكانيكي : "نعم ويبدو الوضع حرجاً جداً. أقترح بشدة إصلاح تسريب الزيت وعصا التعشيق وإلا فإنه يمكن أن تكلفك الكثير في المستقبل إذا لم تفعل شيئاً حيال ذلك الآن "

العميل : "لم أكن أتوقع هذا على الإطلاق ، السيارة حقاً ليست قديمة لتلك الدرجة "

كما ترون العميل غير مقتنع لأن الميكانيكي يبدو كأنه يضغط من أجل المشكلة والعميل ليس في وضع يمكنه من التحقق من هذا الزعم ، بالإضافة إلى ذلك ، الميكانيكي لا يجعل الأمر سهلاً للعميل ، بل يقوم بتقديم الأخبار السيئة ويستخدم الخوف من الفشل والذي يدفع العميل للحافة.



**تدريب عملي : الميكانيكي**

بالنظر للمثال في ذلك الجزء ، ما الذي يجب على الميكانيكي قوله ليبدو أكثر مصداقية " قم بتحليل الموقف وعمل محادثة بتبادل الأدوار.

	تحليل الموقف
	العميل
	ممثّل خدمة العملاء
	العميل
	ممثّل خدمة العملاء
	العميل
	ممثّل خدمة العملاء

### ٣.٤ التعامل مع العميل الغاضب

كممثل لخدمة العملاء ، قد تحتاج بين الحين والآخر إلى التعامل مع العملاء الغاضبين. قد يكونوا قد أختبروا خدمة أقل من المستوى من مؤسستك وكنت أول من يقوم بالاتصال معه. أنت بحاجة لمعرفة كيفية حل القضية التي أختبرها العميل وعدم السماح لنفسك أن تتأثر عاطفياً من خلال هذه التجربة.

**ممثل خدمة العملاء :** "ABC للتكنولوجيا ، كيف يمكنني مساعدتك اليوم؟"  
**العميل:** "نظام هاتفكم سيئ حقاً. أضطرت للإنتظار ١٠ دقائق لإجراء إتصال تليفوني مع أحد موظفي خدمة العملاء؟ الخدمة سيئة حقاً. الناطق الآلي الصوتي لديكم لا يعمل"  
**ممثل خدمة العملاء :** " آه ، حسناً. هل يمكنني الحصول على الرقم التسلسلي للمنتج الخاص بك من فضلك؟ "  
**العميل:** "أنا بحاجة إلى مساعدة مع شبكة الإنترنت اللاسلكية. إنها لا تعمل تماماً؟ "  
**ممثل خدمة العملاء :** "أوه . نحن لا ندعم الأجهزة اللاسلكية هنا. أنت بحاجة إلى الإتصال بقسم الأجهزة اللاسلكية. رقم هاتفهم ٠١٢٣ ٤٥٦ ٧٨٩"  
**العميل:** "أنت أكيد لا تتوقع مني أن أقوم بالاتصال من خلال هذا النظام الهاتفي مرة أخرى!"  
**ممثل خدمة العملاء :** "أخشى أن هذا هو الخيار الوحيد لديكي"  
**العميل:** هل هذه مزحة؟

عند هذه النقطة يجب أن يكون العميل غاضب جداً ، ما الخطأ الذي حدث هنا؟

### تدريب عملي: العميل الغاضب

لننظر إلى الممثل ، حدد ما الذي صار بشكل خاطيء وكيف يمكنك تحسين تلك التجربة . استخدم المبادئ التي نوقشت سابقاً وأعد المحادثة ولكن هذه المرة باستخدام ممثل خدمة العملاء لطيف يمكنه التعامل مع أن يكون من الموقف ، الهدف هو أرضاء العميل.

	تحليل الموقف
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء

#### ٤.٤ التعامل مع العميل سليلط اللسان

في بعض الأحيان قد يصبح العملاء محبطين للغاية لدرجة أنهم يبدأون في إهانتك أو التشكيك في كفاءتك لننظر في المثال التالي :

**العميل:** "ما هي مشكلتك؟ هل أنت غبي أم ماذا؟ ألا تفهم ما أقوله؟ هذا شيء سخيف!"  
**ممثل خدمة العملاء:** "أستطيع أن أرى قلقك وأود أن أساعد"  
**العميل:** "أنا حقاً سئمت من خدمتكم. أنت تسميها الدعم الفني ولكن حقاً لا أحد منكم لديه أدنى فكرة، أليس كذلك؟"  
**ممثل خدمة العملاء:** "أريد مساعدتك. أود الحصول على المزيد من المعلومات حتى أتمكن من مساعدتك بشكل أفضل"

تمكن ممثل خدمة العملاء من الحفاظ على الهدوء على الرغم من أن الزبون فظ وعدواني ، هو يقوم بالتركيز بشكل مستمر على نفسه (باستخدام "أنا") ويبدو أنه يريد الإنتهاء من العميل وهذا سيجعل العميل فقط أكثر غضباً هو أيضاً يبدو وكأنه يكرر نفسه. بالإضافة إلى ذلك أنه من خلال البقاء هادئ وهو يحاول أن يقوم بتهدئة العملاء ، هو لا يبدو أنه يسمع ويبدو أنه يقوم بتكرار نفسه مراراً وتكراراً مما يزيد الأمر سوءاً.

#### ٥.٤ الإستجابة للحديث الصاخب

أحياناً يستمر العملاء في الحديث الصاخب إما باستخدام لغة عدوانية أو بتكرار نفسه في هذه الظروف تحتاج إلى العثور على وسيلة لتهدئة العملاء باستمرار من أجل التحرك إلى محادثة بناءة أكثر. هناك عدد من الأساليب التي يمكن إستخدامها لهذا كما هو موضح أدناه :

- المقاطعة.
- العلاج بالصمت.
- الإنسحاب من المعركة.
- صرف الإنتباه.

#### ١.٥.٤ المقاطعة " العرقلة"

في بعض الأحيان ، قد تضطر لمواجهة العملاء الذين يقومون بالشتائم أو بالصراخ. كما تحدثنا سابقاً. تحتاج إلى الحفاظ على الهدوء وإستخدام لغة متعاطفة عند التعامل مع مثل هذه الحالة. "المقاطعة" هو أسلوب فعال والذي يقوم بتغيير المحادثة إلى شيء لا يتوقعه العميل. على سبيل المثال ، قم بإختيار موضوع مما قاله العميل و ثم إ طرح سؤال مفاجيء حول هذا الموضوع. العميل سوف يتوقف ، في محاولة للإجابة على هذا ، في إثناء ذلك سيتوقف عن الحديث الصاخب. مثال للتوضيح:

**العميل:** "أنا حقاً سئمت مما تسمونهم مختصين. إنهم لا يعرفون أي شيء. في كل مرة أتصل حول أمر ما يتعلق بفاتورتي ، ببساطة يقومون بإرسالي إلى قسم آخر. لا يوجد أحد ليقول لي لماذا يجب أن أحاسب مرتين على فاتورة الغاز. لدي عائلة وبالطبع نحن بحاجة للحفاظ على المنزل دافئاً ولكني لا أتوقع أن أرفع ١٠ مرات أكثر مما كان متوقعاً وهذا في فصل الصيف وكنا في عطلة لوقت طويل. شخص ما يجب أن يكون قد أرتكب خطأ ما ولكنك لا يبدو أنك تسجل هذا ... " [تواصل الحديث الصاخب ....]

ممثل خدمة العملاء :

- الأختيار الأول : "هل قضيت أجازة طويلة؟"
- الأختيار الثاني : "ما هو القسم الذي أتصلت به أولاً؟"
- الأختيار الثالث : "هل لديك أطفال صغيرة؟"

كما ترون ، فإن الهدف من هذه التقنية هو جعل العملاء يتوقف عن الحديث الصاخب. بمجرد المقاطعة ، يمكنك إستئناف الحديث المتعاطف والتركيز مرة أخرى على المشكلة الحقيقية الموجودة بدلاً من اللوم . تذكر ... ، لا تصبح عاطفياً وترفض الإهانة . بالطبع أنت بحاجة لوضع حد لكل هذه الشتائم ، بعد المقاطعة وإعطاء تحذير للعميل ، إذا أستمر بالصخب والشتائم قول له بلطف إنه ليس لديه أي خيار سوى إنهاء المكالمة أو المغادرة .إذا أستمر بالتجاهل ، قم بإنهاء المكالمة.

#### ٢.٥.٤ العلاج بالصمت

يمكنك أيضاً استخدام تقنية الصمت والتي تعمل بشكل جيد خاصةً على الهاتف. كالتالي:  
عند المواجهة مع الحديث الصاخب أو الشتائم ، لا تقل شيئاً ولا حتى "أها"، "يه"، ذلك بعد ذلك العميل سيقول "هل أنت هناك؟". ثم قل "نعم أنا هنا .أنا أفهم أنك مستاء .حسناً ، أنا هنا للمساعدة". أنت تحاول تهدئة العميل والظهور بشكل غير دفاعي في جميع الأوقات.

#### ٣.٥.٤ الإنسحاب من المعركة

هذه التقنية قوية مناسبة لإحتمالين رئيسيين:

- عندما يكون العميل عدواني وأصبح الحديث مشحون عاطفياً.
- عندما تدور المحادثة في دوائر وتحتاج لكسر الحلقة.

الإنسحاب من المعركة هو في الأساس إنسحاب من المحادثة الحالية. أنت تريد السماح لكلا الطرفين بالهدوء والحصول على بداية جديدة بعد ذلك بوقت قصير. على سبيل المثال ، عند محاولة الإنسحاب ، يمكنك أن تقول ، "السيدة جونز ، هل أستطيع الحصول على دقيقة للتحقق من الملفات " ثم وقف المحادثة للذهاب والتحقق من السجلات .يمكنك أيضاً أن تؤخر الحديث إلى يوم آخر ، "ماذا لو قمت بالاتصال بك غداً بعد التحدث مع زملائي حول ذلك". يمكنك استخدام هذه التقنية شخصياً أو على الهاتف على حد سواء.

#### ٤.٥.٤ صرف الإتياب

هذه التقنية تستخدم عند التفاعل وجهاً لوجه مع العملاء الغاضبين ، يستخدم الإلهاء لكسر حلقة الغضب وتهدئة الوضع. الهدف هو كسر التواصل بالعين وإجبار الشخص الأخر على النظر إلى شيء آخر ، ويفضل أن يكون ذلك متعلق بما كنت تتحدث عنه. على سبيل المثال ، أشر إلى نشرة أو لمكان على الشاشة أو إستخدم القلم الخاص بك وخطط على قطعه من الورق لتوجيه نظر العملاء إلى شيء آخر غير عينيك.

#### ٦.٤ طابور طويل

كممثل لخدمة العملاء قد تجد نفسك في وضع حيث تخدم عملاء في طابور أو قائمة إنتظار طويلة. كلما أصبح الطابور أطول ، تحتاج للرد وفقاً لذلك ، تخيل أن الزبائن كانوا في الطابور لفترة طويلة واحد منهم على وشك الإقتراب منك . كيف سيكون رد فعلك في مثل هذه الحالات؟ رد واحد هو القول:

" أنا أسف لجعلك تنتظر وقتاً طويلاً ، سوف احاول خدمتك في أسرع وقت ممكن ، كيف يمكنني مساعدتك؟"

الخدعة هنا هي أن تتكلم أولاً ولذلك عليك المبادرة وتهدئة العميل على الفور .

يمكنك أن تأخذ خطوة أخرى للأمام وتعلن ذلك للمجموعة ككل. إجعلهم يعرفون إن عليهم الإنتظار. هنا أنت تأخذ ميزة الوقاية ، أنت تريد أن تكون أول شخص يقوم بالإعتذار وتوضيح المشكلة قبل أن يبدأ العملاء بالشكوى.

#### ٧.٤ أنت لا تملك المعلومات

عند التعامل مع العملاء ، قد لا تملك جميع المعلومات اللازمة ، كيف ستتم معالجة الوضع أكثر أهمية من معرفة المعلومات في المقام الأول. لننظر للمثال التالي:

**العميل:** " بعض الطابعات التي لديك هنا على هذا الرف عليها علامة 'الطباعة مزدوجة'. هل هي تقوم بعمل طباعة مزدوجة بالفعل أم إنها تسمح بالطباعة المزدوجة بشكل يدوي ؟ "

**ممثل خدمة العملاء :** "أنا لا أعرف. أسف " [لا أعرف الجواب]

**العميل:** "أنا مهتم بشراء طابعة مزدوجة كاملة لذلك سوف يكون ذلك عظيماً لو كنت أعرف أيهما ذلك "

**ممثل خدمة العملاء :** "أنا لا أعرف الكثير عن الطابعات ، دعونا نلقي نظرة على هذه الصناديق وربما يتم طباعة المواصفات عليها ... "

وبطبيعة الحال ، العميل لن يكون سعيداً

تدريب عملي : أنت لا تعرف المعلومات

كيف يمكنك تحسين أداء ممثل خدمة العملاء في المثال السابق بإفتراض أن ممثل خدمة العملاء لا يعرف المعلومات ؟ قم بتحليل الموقف وقم بعمل تبادل للأدوار (Role Play).

	تحليل الموقف
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء

## ٨.٤ أريد الحديث مع مديرِك

طلب شائع قد يطلبه العميل المستاء هو أن يسأل عن المشرف أو المدير. العميل قد يكون بذلك يحاول تخويفك ويعتقد أنه يمكنه الحصول على نتائج أفضل سواء بذكر المشرف أو ما إذا كان يتحدث في الواقع لشخص في مستوى أعلى . يجب عليك أيضاً أن تكون على علم أنه في بعض الثقافات ، قد يشعر بعض العملاء من الضروري أن يتحدثوا إلى شخص في نفس مستواهم في المؤسسة الأخرى. كالعادة ، يجب أن لا تأخذ هذا بشكل شخصي ، لننظر في المثال التالي :

**العميل:** "أرغب في التحدث مع مديرِك"

**ممثِل خدمة العملاء :** "لماذا ترغب في التحدث إلى مديرِي؟"

**العميل:** "خدمتكم سيئه للغاية. أريد أن أقدم شكوى "

**ممثِل خدمة العملاء :** "حسناً ، إنه غير متاح"

**العميل:** " متى سيكون متاح؟"

**ممثِل خدمة العملاء :** "إنه في رحلة عمل في الوقت الراهن. أنا لا أعرف تماماً متى سيعود "

**العميل:** "هل تعني أنك لا تعرف حتى متى سيعود مديرِك. هذا يظهر فقط عدم كفاءتك كما كنت أظن ... " [العميل غاضب حقاً]

بطبيعة الحال ، العميل مستاء للغاية ويعتقد أن هذه الشركة كلها هي مجرد مزحة.



تدريب عملي : أريد التحدث لمديرك  
كيف يمكنك تحسين أداء ممثل خدمة العملاء في المثال السابق؟ قم بتحليل الموقف وقم بعمل تبادل  
للأدوار (Role Play).

	تحليل الموقف
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء

#### ٩.٤ إستخدام العملاء الآخرين كمستمعين

أحياناً قد يغضب العميل ويحاول إستخدام عدد من العملاء الآخرين القريبين أو الذين فى الطابور كجمهوره عندما يقدم شكواه. بفعالية يحاول الحصول على دعم من الجمهور لإثبات قضيته. لننظر فى المثال التالى:

هذه المناقشة تجري فى مكتب حكومي فى منطقة الإنتظار المفتوحة أمام العديد من العملاء الآخرين الذين ينتظرون الحصول على الخدمة.

**العميل:** "لا يمكنك أن تفعل هذا. كم من الطرق المختلفة التى لابد لي من تقديم الإستثمارات بها؟ أراهن أن كل من هؤلاء العملاء المنتظرين سوف يعطونك إستماراتهم من يدري كم مرة ..."  
[ يستدير لمواجهة العملاء المنتظرين (أليس هذا صحيح؟) يستدير مرة أخرى لممثل خدمة العملاء (أراهن أنهم قد ملوا أيضاً) ]

**ممثل خدمة العملاء:** "الرجاء عدم التسبب بالفوضى . هذا مكتب حكومي. إذا قمت بعمل أي مشكلة سوف أضطر إلى إستدعاء الأمن"

**العميل:** "من يهتم؟ ألا تدرك أنك فقط تعبت معنا ( مشيراً مرة أخرى إلى العملاء الآخرين، ويتوقع الإيماءات منهم )"

**ممثل خدمة العملاء:** "حسناً ، لقد أكتفيت. سأتصل بالأمن ، حتى تهدأ لن أكون قادرة على خدمتك. العميل التالى لو سمحت "

بطبيعة الحال وهذا قد ينتهي مأسوياً ، كيف يمكنك تجنب هذا؟

تدريب عملي : إستخدام العملاء الأخرين كمستمعين  
كيف يمكنك تحسين أداء ممثل خدمة العملاء في المثال السابق؟ أنت تريد أن تتأكد أن الموقف لن  
يخرج عن السيطرة ؟  
قم بتحليل الموقف وتبادل الأدوار (Role Play).

	تحليل الموقف
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء
	العميل
	ممثل خدمة العملاء

## ١٠.٤ لا تستطيع أن تجد المعلومات

مهما كنت حذراً فإن أحياناً الأخطاء تحدث ، الطريقة التي تتعامل بها مع العملاء بعد ارتكاب الخطأ مهمة وحيوية للغاية لأنها يمكن إما أن تشوه صورة شركتك لفترة طويلة أو تقوم بزيادة ثقة العملاء في الخدمات التي تقدمها ، لننظر في هذا المثال :

هذه المناقشة تجري في فندق ، أنت (كممثل خدمة العملاء) غير قادر على العثور على الحجز الذي أجراه العميل ، هناك غرف متوفرة في الفندق.

**العميل:** "ماذا تعني بأنه ليس لديك الحجز الخاص بي؟"

**ممثل خدمة العملاء:** "حسناً ، لا يوجد أي سجل عنه هنا ؟ ليس هناك الكثير يمكن أن أفعله "

**العميل:** "بالطبع يمكنك ! ( هو الآن غاضب حقاً ) . ها هو تأكيد الحجز الذي أرسلتموه لي "

**ممثل خدمة العملاء:** ليس لدي سجلات متطابقة هنا ، لذلك لا أستطيع أن أفعل الكثير. العميل التالي لو سمحت.

**العميل:** لا أستطيع أن أصدق ذلك.

عميل متعب ، بعد مواجهة يوم طويل من السفر وبوابة ممثل لخدمة العملاء والذي يتصف بعدم المساعدة وقلة الإهتمام . أضف إلى هذا حواجز الثقافة واللغة المحتملة ويمكنك الآن أن تتخيل كيف يشعر العميل . لا تنسى أن العملاء لهم قدرة عالية في تذكر التجارب السيئة من خدمة العملاء.

تدريب عملي : لا تجد المعلومات  
كيف يمكنك تحسين أداء ممثل خدمة العملاء في المثال السابق؟ قم بتحليل الموقف وتبادل الأدوار  
(Role Play).

تحليل الموقف	
العميل	
ممثل خدمة العملاء	
العميل	
ممثل خدمة العملاء	
العميل	
ممثل خدمة العملاء	

## ٥- تسلسل ترتيب الجمل

"هناك نوعان من الأشياء التي تحفز الناس على النجاح : الإلهام واليأس"  
أنتوني روبينز

**الهدف :**

**بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :**

**ترتيب تسلسل الجمل بشكل فعال للحصول على أقصى قدر من النتائج**

عند التواصل مع العملاء ، أحياناً قد تحتاج لتقول لهم أنه لا يسمح لك بتنفيذ طلبهم . في الواقع ، أنت مضطر لإعطاء بيان سلبي .

لننظر إلى الجمل التالية :

١- "إننا لا يمكن أن نعطي أرقام تعريف العملاء عبر الهاتف. إنها ضد سياسة الشركة "

٢- " لحماية خصوصية عملائنا ، فنحن لا نعطي أي أرقام بطاقات الهوية عبر الهاتف"

الجملة الثانية تبدو أفضل بالتأكيد لأنها أكثر إيجابية وتبين السبب الوجيه وراء الجملة.

لننظر إلى مثال آخر:

١- "نحن لا نبقي أي مخزون في المخزن ، يتم الاحتفاظ بهم جميعاً في مستودع "

٢- "لنقدم خدمات تنافسية حقاً ونخفض التكاليف للعملاء ، فإننا نضع كل المخزون في المستودع وليس في المخزن."

مرة أخرى ، الجملة الثانية أفضل بكثير من الأولى . عند تقديم جملة سلبية محتملة ، حاول تحديد القيم الإيجابية والسماح للعميل بمعرفتها. تذكر:

إظهر دائماً الجوانب الإيجابية والخدمات الخاصة للشركة وقم بالإشارة بها  
صراحةً إلى العملاء.

## ٦- مهارات الهاتف

### الهدف :

بنهاية هذا الفصل سوف تكون قادراً على :  
التعامل مع المكالمات الهاتفية بحرفية

عندما يتعلق الأمر بالمكالمات الهاتفية ، فغن البعض منا يكون جيد جداً في ذلك ويعرف غريزياً ما يجب القيام به .والبعض الآخر قد يجدها محرجة أو ببساطة غير سارة عادةً ، هذا يعود إلى شخصية الشخص الذي يتعامل مع المكالمة. كما رأيتم في بداية الدورة ان بعض الناس موجهة نحو المهام وبعضها موجه نحو العلاقات (تعرف أيضاً بأنها موجهة نحو الناس) . أولئك الموجهون تجاه المهام قد تجد المحادثات الهاتفية غير سارة أو محرجة وتحاول إنهاءها في أسرع وقت ، المحادثات الهاتفية في الواقع ليست بهذا التعقيد وبمجرد أن تصبح معتاداً على الطريقة الصحيحة ، تجد إنه من السهل التعامل معها.

### تدريب عملي : عمل المكالمات الهاتفية

اتبع الإرشادات في النشرة التي قدمها المدرب وإستخدم الفراغ أدناه لإلتقاط الصفات الإيجابية والسلبية من المكالمات الهاتفية

سيناريو A

## سيناريو B

### عند عمل مكالمات خارجية .....

١. قم بتعريف نفسك.
٢. عرف أسم شركتك.
٣. وضح لماذا تقوم بالإتصال.
٤. تأكد من الشخص الآخر لديه الوقت للإستماع لك.
٥. إمضى قدماً في تبادل المعلومات.
٦. قم بفهم إهتمامات العملاء وقم بتقديم حلول أو بدائل أو خطوات للعمل.
٧. وضح للعميل ما سيحدث لاحقاً.
٨. أسأل إذا كان العميل يريد شيئاً آخر.
٩. دع العميل ينهى المكالمة.

### خطوات إرشادية

- قم بالإتصال عندما تعد بالاتصال.
- قم بالإعداد ، إمتلك كل المعلومات التي تحتاجها في يديك قبل عمل الإتصال (المكالمة)
- قم بإستخدام نبرة هادئة توحى بالأحترام طوال الوقت.



## ١.٦ الوضع على الإنتظار

من أجل معالجة طلبات العملاء ، أحياناً قد تحتاج إلى وضعهم على الإنتظار ، إذا كنت تتعامل مع هذا بشكل صحيح ، فإن ذلك سيكون جيد جداً ومفهوم بالنسبة للعميل ومع ذلك فإنه أيضاً من السهل أن تترك انطباعاً سيئاً وخاصة إذا كان الزبون لا يعرف إلى متى سيضطر للإنتظار ، أنت ببساطة تحتاج إلى إتباع عدد من الإرشادات البسيطة للتأكد من البقاء على المسار الصحيح.

- دع العميل يعرف لماذا ستقوم بوضعهم على الإنتظار.
- أخبر العملاء لكم من الوقت سوف تضعهم على الإنتظار.
- أطلب الأذن قبل وضع العملاء على الإنتظار .

لننظر إلى تلك الجملة:

"لحظة واحدة من فضلك"

الجملة السابقة واحدة من أكثر الجمل شيوعاً التي قد تسمعها عند الإتصال بخدمة العملاء . المشكلة إنها لا تخبرك بالكثير.

اللحظة قد تكون أطول مما تعتقد والعميل قد يترك ليتساءل لماذا وضعني على الإنتظار في المقام الأول. (من الممكن أن يكون ذهب ليجلب كوب القهوة مثلاً!).

لكي تحسن هذا ، يمكنك إضافة بعض التفاصيل على سبيل المثال:

"مستر براون ، أحتاج لبعض الدقائق لتحميل حسابك ، الدخول إلى التفاصيل . هل يمكنني وضعك على الإنتظار؟"

بإضافة التفاصيل ، أنت تجعل العميل معك في الدائرة وتتأكد من إنهم يفهمون ماذا تفعل.

فقط تذكر ، أنت بحاجة للعودة إليهم . إذا أستغرق منك الوقت أكثر مما وعدت . أنت بحاجة للتفكير في اللحظة الراهنة وعرض بدائل في حالة إذا لم تستطع حل مشكلة العميل.

## ٢.٦ تحويل المكالمات

تحويل المكالمات مشابه جداً للوضع على الإنتظار لذلك أتبع الخطوات التالية :

- ١ . أخبرهم لمن ستقوم بتحويله.
- ٢ . وضح لماذا ؟
- ٣ . وضح ما يعرفه المتصل الجديد.
- ٤ . أطلب الإذن.
- ٥ . وضح ماذا سيحدث إذا لم يجد إستجابة (إختياري).
- ٦ . إعطى رقم الهاتف (إختياري) .
- ٧ . قم بتحويل المكالمات ( إختياري) .

**مثال:**

ممثّل خدمة العملاء: "أريد أن أحولك لقسم المحاسبة لدينا لكي يستطيعوا مباشرة عملية الدفع. هل هذا مناسب؟"

العميل: بالتأكيد

ممثّل خدمة العملاء: "سأقوم بتوضيح موقفك لهم لكي يستطيعوا مباشرة عملية الدفع بشكل سليم"

العميل: "جيد. أشكرك"

ممثل خدمة العملاء: "أوك ، سأقوم بتحويلك إليه الآن"

الخيار (غير متصل)

ممثل خدمة العملاء : " إذا كنت لا تستطيع الإنتظار معهم ، قم بالإتصال مرة أخرى وأسأل على جين وساخبرك ما الذى سفعله فى الخطوة التالية".

الخيار (رقم الهاتف)

ممثل خدمة العملاء : "ها هو رقم الهاتف الذى تريده للوصول إلى قسم الحسابات".

الجزء الحيوى هنا هو أن تجعل العميل على دراية بما تفعله ، بما أن العميل يعرف ماذا تفعل وأنت قد قمت بالإستأذن منهم قبل تحويلهم وهم يعرفون ما الذى سيحدث عند تواصلهم مع الطرف الأخر ، إذا أنت قمت بالتعامل مع المكالمة بشكل إحترافى.

تدريب عملي: الوضع على الإنتظار

بالنظر إلى الحالات التالية ودراسنها. كيف يمكنك التعامل مع كل حالة ؟ أكتب إستجابتك وقم بمناقشتها مع المجموعة

تحتاج إلى تحويل العميل لزميلتك في قسم مختلف. أنت لا تعرف ما إذا كانت زميلتك موجودة على مكتبها وزميلك لا يعرف أي شيء عن عميلك.

أنت تحتاج إلى الإستعلام حول المعلومات التي قدمها لك العميل من مديرك وهذا قد يستغرق دقيقة واحدة فقط إذا كان يمكنك التوصل إلى مديرك.

إقترح بديلين للجملة التالية وتختلف عما قد ذكر أعلاه:

"لحظة واحدة من فضلك"

.١

.٢

## ٧- لغة الجسد

"أتكلم لغتين ، لغة الجسد والإنجليزية"

ماى وست ، ممثلة أمريكية

الهدف :

بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

قراءة وتفسير إشارات لغة الجسد وإستخدامها لكى تعزز مهارات التواصل لديك

تدريب عملى : الذى تراه هو ما تحصل عليه.

أتبع إرشادات المدرب وقم بتسجيل إنطباعاتك الأولى عن كل صورة فى المنطقة الموجودة بالأسفل .

## ١.٧ الإنطباعات الأولى

كما رأيتم في التدريبات ، المواضيع التالية حاسمة عندما يتعلق الأمر بالإنطباعات الأولى .أنتبه إليها للحصول على أقصى قدر من النتائج وسيتم تغطية هذه الموضوعات بمزيد من التفصيل في هذا الفصل .

- المظهر (الظهور ، الملابس ، الصورة العامة).
- تعابير الوجه.
- وضعية الجسد والحركة.
- التواصل بالعين.

## ٢.٧ الإيماءات

لغة الجسد تشكل جزءاً كبيراً من إنطباعاتنا عن الناس بينما الحديث يشكل جزءاً أقل. إن فهم لغة الجسد وتطوير مهارات تفسيرها ، يساعدنا على فهم وتقدير كيف تعمل عقول الآخرين . إنها أيضاً تسمح لنا بأن نكون على دارية بسلوكنا وإشارات جسدنا وفهم كيف يتصورنا الآخرين .

كمكون أساسي من التواصل الغير لفظي ، لغة الجسد تمت دراستها بشكل مكثف . هنا سوف نناقش بعض الأجزاء الهامة من لغة الجسد والتي بالتأكيد ستويد فرصتك في النجاح سواء على الجانب العملي أو الشخصي.

تذكر ، دائماً قم بتفسير لغة الجسد في سياق ما تم قوله. أقرأ عنقود الحركات أو مجموعة الحركات متحدة مع الإشارات اللفظية لأفضل النتائج . لا تبني حكمك على إشارة واحدة أبداً لان خطر أن تخطيء في تفسير النتيجة يؤدي أن يتبع ذلك إحراج كبير .

- **إتساع حدقة العين هي إشارة جيدة:** بما أننا نقضى معظم الوقت في النظر لوجه الناس أثناء التواصل اللفظي ، فإن حركة العين أصبحت جزء مهم لمساعدتنا في قراءة أفكار الآخرين وملاحظة توجههم. إتساع حدقة العين هي إشارة للأثارة والتحفيز العقلي والأرضاء . على الجانب الآخر ضيق حدقة العين أثناء الحديث يشير للأهتمام والشكوك وعدم قبول الحديث.



### ريفلون لأحمر الشفاه

تجلى أثر إتساع حدقة العين بشكل جميل في البحوث التي قام بها ألان وباربرا بيز عند القيام بها لزيادة المبيعات من أحمر الشفاه ريفلون.

لقد قاموا بتوسيع حدقة العين صناعياً للنماذج التي تضع أحمر الشفاه في المنشآت الدعائية ، لقد لاحظوا أن تغيير وحيد مثل إتساع حدقة العين أدى لزيادة المبيعات بـ ٤٥%

يبدو أننا نحب حدقات الأعين المتسعة ، بشدة!.

- **أستخدام حواجب العين:** رفع حواجبك لجزء من الثانية عند تحية شخص ما ، سيظهر لهم أنك سعيد لرؤيتهم. أيضاً يجذب الأهتمام لوجهك ، مما يعطيك الفرصة لإيصال رسالتك بوضوح وفعالية أكثر.
- **أجعل يديك عالية :** ربما قد سمعت عن قوة المصافحة الجادة وإستخدام اليدين في توصيل المحادثة على الرغم من ذلك هناك الكثير مما يتعلق بالأيدى عندما نأتى للتواصل الناجح . على سبيل المثال عمل مصافحة جادة قد لا يولد دائماً مشاعر إيجابية؟ المصافحة القوية يمكنها أن تبعد زميلاتك أو العملاء عن التعامل معك . راحة اليد المفتوحة إشارة للأنتفتاح والأمانة بينما راحة اليد

المغلقة يمكن أن توحى بالإنغلاق والسرية. الناس تظهر راحة أيديهم عندما يكون مهتمون بالمحادثة أو عندما يعطون نصيحة صادقة وأسباب منطقية. بينما يخفون أيديهم لأظهار عدم اهتمامهم أو لأخفاء أخطائهم.

● **أستخدم قوة الأبتساماة:** الأبحاث العلمية أثبتت أن الأبتساماة معدية. هذا يرجع لقدرة العقل على عكس تعابير الوجه فوراً. البيئة الإيجابية الذى يسببها الأبتسام خاصةً عند المواقف الجديدة لتزيد من فرص النجاح لكل الأطراف المشاركة. على الرغم من ذلك فإن معرفة الأبتسامات الزائفة يأتى على نفس قدم المساواة. تمييز نوع الأبتساماة يساعدنا على فهم أفكار وتوجهات الناس بشكل أفضل وتقييم كيف ستتعامل معهم. كما هو موثق جيداً. واحدة من أكثر الإشارات وضوحاً على الأبتساماة الزائفة وهى عندما لا تبتسم العينين، قد يحمل الشخص إبتساماة عريضة على وجهه أو وجهها ولكن العينين تعكس قصة مختلفة. هذا لأن فى الأبتساماة الأصلية تنشأ لا واعياً عن العقل الذى يغير من العضلات حول العينين. فى الأبتساماة الزائفة العين لا تتحرك.

● **قم بتوصيل ثقتك:** نبرة الصوت الواثقة لها أثر ضخم على المستقبل، هناك الكثير من الإشارات التى نلتقطها والتى تخبرنا عن ثقة المتكلم. بصنع نبرة واثقة، ذلك يجعل من السهل إقناع الشخص الآخر بأنك على صواب. كن حذراً حتى لا تسيء إستخدامها بكثرة. بمجرد أن يصدق الناس أنك تتحلّى بالثقة سواء كنت على صواب أو على خطأ. فإنهم سيتوقفون عن الإيمان بك حتى ولو كنت صادقاً.

أمثلة عن إيماءات الثقة هى إنتصاب الجسد، الأرجل المفتوحة، جعل الجسد مفتوحاً، الأبتساماة والشعور بالفخر.

● **أستخدم توجه (ميل) الجسد:** عندما تتحدث مع شخص آخر لاحظ ميل الجسد بينك وبينهم. إذا كان جسدهم موجه اليك هذا يعنى إنهم يهتمون بك، إذا كان جسدهم موجه بعيداً عنك فهذا يعنى إنهم غير مهتمون. أسوأ سيناريو ممكن حدوثه أن يكون جسدهم موجه ناحية باب المخرج. مما يشير فى العادة، أنهم يريدون أن يغادروا بمجرد أن تتاح لهم الفرصة. يمكنك إستغلال ميل الجسد لصالحك أيضاً. بأن توجه جسدك تجاه الشخص الذى تتحدث معه. أنت تظهر له أنك مهتم بما سيقوله وانت لا تسمع بدافع المجاملة.

● **لاحظ لغة الجسد المفتوحة مقابل المغلقة:** لغة الجسد المغلقة دفاعية. هى تعنى إنى أحمى نفسى من الهجوم وأعتقد إنك عدوانى. لغة الجسد المغلقة تمثل بإنعقاد الذراعين أو مع إنعقاد الرجلين. لغة الجسد المنفتحة هى عندما تكون الأجزاء الحساسة من الجسد غير محمية (مثل البطن والصدر ومنطقة الحوض) هى تعنى إن الشخص يحبك ويتخذك صديقاً.

فى العادة عندما يكون الناس فى وجود غرباء (مثل وقت إستراحة الغداء للشركة كلها) يتخذون وقفة دفاعية بأذرع منعقدة. هم ينتظرون من الآخرين إثبات أنفسهم وإثبات إنهم يستحقون الثقة.

● **قم ببعض الحركة:** نحن نحمل القدرة على متابعة الأشياء ودائماً نهتم بالتغير فى الصور التى نراها. هناك أسباب تطورية واضحة وراء ذلك، لأنه قديماً كلما استطعنا كشف المهاجم أو الفريسة أقرب كلما كانت فرصتنا فى النجاة أفضل. التأثير الغير مباشر لهذا التطور هو أننا نقوم بالإننباه لأى شىء يتحرك.

**يمكنك إستخدام ذلك بطريقتين:**

إذا أردت جب إنتباه شخص ما لشيء ما. قم بعمل حركة فى نفس إتجاه الشىء. إذا اردت أن ينظر الشخص إليك بدلاً من النظر للكتيب الموجود أمامك. إستخدم الحركة لجذب إنتباهه من الورق لعينيك. فى المقابل، إذا كان من المهم عدم الإلهاء، حاول ألا تقع ضحية للحركات التى يصنعها الآخرين. السحرة هم الأفضل عندما يأتى الأمر لعمل حركات تصرف الإنتباه وكلنا ندرك كم يكون هذا فعالاً.

أكتشف الإيماءات . عندما يأتي الأمر للكذب ، يبدو أننا نصدر الكثير من إشارات لغة الجسد. إذا فسرت بشكل صحيح ، فيمكنها جميعاً أن تقودك إلى معلومات مفيدة عن الشخص الذي تتحدث إليه . الإيماءات التالية هي مجموعة من أشهر الإيماءات التي تدل على الكذب :

- حك العين.
- تغطية الفم.
- لمس الأنف.
- حك العنق.
- جذب الأذن.
- جذب الياقة.
- لمس الفم بواسطة الأصابع.

## ٨- التعامل مع الشكوى

"أنتظر فترة كافية وسوف تفأجك الناس وتبهرك ، إذا كنت متضايق أو غاضب منهم فأنت فقط لم تعطيهم الوقت كافي "

جون سنودي

### الهدف :

بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

إدارة وتهدئة التعاملات الغير المريحة مع العملاء والرد بحرفية على أي مشاكل في حال ظهورها

### ١.٨ مبادئ التعامل مع العملاء الغير سعداء

لا يهتم مقدار الجهد الذي تبذله في شركتك ، سيكون هناك دائماً بعض العملاء اللذين سيكونون غير سعداء بالخدمة التي تقدمها . هؤلاء العملاء يبحثون عن أي فرصة لتتركك ، بل الأسوء قد يخبروا الآخرين بما يبدو لهم من تقصير في خدماتك التي تقدمها.

كتمثل لخدمة العملاء ، عند التعامل مع العملاء الغير سعداء أنت بحاجة إلى إتباع عدد من المبادئ العامة .

هذه المبادئ العامة ستساعدك على فهم موقف العميل والتصرف وفقاً لذلك. حافظ على هدوئك ولا تأخذ الأمر بشكل شخصي ، عامل الموضوع في إطار العمل وكل شيء سيكون على ما يرام .



### هل الشكوى جيدة ؟

دائماً إبحث عن المعلومات والتغذية الراجعة من عملائك وزبائنك . شركتك يجب أن ترحب بالشكوى وأنت يجب أن تشجع طاقم الموظفين للسؤال عن المعلومات والملاحظات . ليس فقط لأن المعلومات تزودك بالتحسينات المحتملة ولكن لبناء علاقة مع العملاء .

الأبحاث أظهرت أن العملاء يصبحون أكثر ولاءً بعد حل شكاوهم بشكل مرضي لهم مما كانوا قبل الشكوى . الشكاوى في العادة نادرة وتكلفة التعامل معها أقل بكثير من مكسب الاحتفاظ بعميل ذو ولاء لشركتك وكذلك أقل بكثير من التسويق عبر الأحاديث التي يقولها العملاء ( word-of-mouth advertisement )

ها هي بعض المبادئ الأساسية عند التعامل مع العملاء الشاكين . العميل لابد:

- أن يُحترم.
- أن يؤخذ بجدية.
- أن تظهر له أن مشاكله سيتم التعامل معها.
- أن تقوم بالعمل وتبدأ خطوات الحل له.
- إجعله يطمئن أن المشكلة لن تحدث مرة أخرى.
- كن متعاطفاً معه.



فكر في أشياء أكثر تحديداً وتتعلق بتسيير العمل في شركتك أكثر وقم بإضافتها للقائمة. إطبّع القائمة وقم بتعليقها على الحائط كتذكارة لك.

## ٢.٨ غير قادر على تلبية الطلب

في بعض الأحيان قد تضطر لعدم تلبية طلب العميل. قد يكون لديك أسباب منطقية لقول "لا". على الرغم من هذا ، المشكلة إن الناس لا تحب أن تسمع كلمة "لا" ، لذلك أنت بحاجة لتوصيل الرسالة بطريقة تجنب بها عملائك الشعور بالضيق ، في الأساس أنت تريد أن تقول لا ولكن أيضاً مساعدة العميل بوضع نفسك في مكانه . بهذه الطريقة العميل سيفهم سياسة الشركة وسيقدر جهبك لمساعدته.

لتوصيل "لا بشكل ناعم غير حاد" ، أتبع تلك الخطوات :

- قدم الأسباب: قل لا ووضح أسبابك مقدماً ، هذا هو جوابك المنطقي.
- قدم تعاطف: تعاطف مع العميل لإظهار أنك تهتم به.
- قدم بدائل: لكي تثبت أنك تهتم فعلاً ، حاول أن تجد حلول بديلة لكي يشعر العميل أن هناك طريقة لحل الموقف ، هذه خطوة هامة جداً أنت تحتاج للتأكد من إن العميل غير متروك لوحده.

مثال لتوضيح ذلك بشكل أفضل ، لننظر للموقف التالي:

"لا يمكنك وضع العميل عند مصنف الشعر الذي يختاره كما أن شركتك الخاصة بتزيين الشعر لديها سياسة من يأتي أولاً يخدم أولاً"

لقول "لا" أتبع هذه الخطوات:

الأسباب	أخشى إننا لا نستطيع تعيين مزين شعر محدد لكل عميل لإننا لدينا سياسة لخدمة العملاء على أساس وقت وصولهم
التعاطف	أسف لك ، نحن نريد أن نكون منصفين ، حتى يتسنى لنا إرضاء جميع العملاء
البدائل	إذا كنت تريد حقاً أن يقوم جون بالعمل معك ، لدينا الوقت المخصص للحجوزات يوم السبت. قد يكلفك أكثر قليلاً ولكن هذا هو السبيل الوحيد الذي يمكننا فيه حجز مزين محدد لك. هل تريد أن تفعل ذلك؟

## ٣.٨ تدريب : قول "لا"

تدريب عملي : أن تقول "لا"  
لننظر إلى المواقف التالية ، ماذا ستقول للعميل ؟ إستخدم نظام الثلاث خطوات كما تم وصفه

الموقف	١ - لا تستطيع بيع مكمل غذائي للعميل حتى يقوم بملء إستبيان طبي شامل.
الأسباب	
التعاطف	
البدائل	
الموقف	٢ - لا تستطيع أن تعطى معلومات سرية عن مريض في مستشفى ، حتى ولو كان المتصل قريب من الدرجة الأولى.
الأسباب	
التعاطف	
البدائل	
الموقف	٣ - لا تستطيع أن ترسل المنتجات بالبريد قبل أن تستلم أمر الشراء.
الأسباب	
التعاطف	
البدائل	

## ٤.٨ التحديات

عند التعامل مع العملاء ، تحتاج للرد على العديد من أنواع مختلفة من التحديات ، تحتاج إلى أن تقوم بإعداد بعض الإجابات لأنواع معينة من الحالات وكذلك تلبية إحتياجات أو متطلبات خاصة ، إذا كان العميل ليس راضياً عن شيء ما ربما لديه سبب وجيه لذلك ، عملك هو فهم ومعالجة قضاياهم.

### التحديات

لننظر إلى التحديات التالية ونقوم بتحديد الإستجابة

التحدى	الأستجابة
أنت لا تعرف الإجابة على سؤال العميل	
يجب أن تقول لأ لطلب العميل	
نظام الكمبيوتر بطيء جداً والعمل بدأ يفقد صبره	
العميل غاضب تماماً دون سبب محدد	
العميل متردد أو يرفض رفضاً صريحاً إعطائك كل ما تحتاجه من معلومات	
العميل لا يوافق على ما تقول	
العميل كثير المطالب	
العميل يعتقد أن منافسيك لديهم منتجات أفضل أو إن عروضهم مناسبة أكثر	

## ٩- إجابات سيناريوهات خدمة العملاء

هذا القسم يحتوى على إجابات سيناريوهات خدمة العملاء المعطاة فى الفصل الرابع

### ١.٩ العميل المتشكك (الغير واثق)

الميكانيكى يجب أن :

- يستخدم الإيجابيات والسلبيات.
- يقدم بدائل ، العميل يجب أن لا يعطى خيار واحد فقط.
- يزوده بتوصيات الخبراء ورأيه الشخصى .
- فهم والإعتراف بحاجات العميل.

المحادثة يمكن أن تكون كالتالى:

الميكانيكى : "لقد قمنا بفحص سيارتك ووجدنا أن هناك عدداً من المشاكل. هناك تسريب للزيت وعصا التعشيق متآكلة وربما تعلق إذا لم تستبدل"  
العميل : "حقاً (بتشكك)"

الميكانيكى : "لقد قمنا بفحص شامل لسيارتك باستخدام الكمبيوتر وأشار إلى أجزاء حيوية يجب النظر إليها ، تسريب الزيت ليس هام للغاية فى هذه المرحلة ولكن يجب الإنتباه لها طوال الوقت ، بالتاكيد هذا عائد اليك."  
العميل : "ماذا عن عصا التعشيق؟"

الميكانيكى : "عصا التعشيق أيضاً قديمة ومتآكلة ، لديك إختيارين: دعها كما هى عندما يبدأ المحرك فى فقد الطاقة وضعها بشكل مستقيم أوأستطيع تغييرها الآن ولن تحتاج إلى القلق بشأنها بعد ذلك لفترة طويلة ، أنا شخصياً أشجعك على تغييرها الآن ، لأن إذا تأكلت فإنها ستؤدىء إلى فشل الأنظمة الأخرى معها مما قد يكون مكلف للإصلاح."  
العميل : "أفهم ذلك"

الميكانيكى : "هذا بالكامل عائد لك ، هل تريد أن تأخذ فرصة للتفكير ؟"

## ٢.٩ العميل الغاضب

النقطة الأساسية هنا في التعامل هي البقاء هادئاً وعدم البقاء دفاعياً لننظر إلى التالي :

**ممثل خدمة العملاء :** "ABC للتكنولوجيا، كيف يمكنني مساعدتك اليوم؟"  
**العميل:** "نظام هاتفكم سيئ حقاً ، أضطرت للإنتظار ١٠ دقائق لإجراء إتصال تليفوني مع أحد موظفي خدمة العملاء ؟ الخدمة سيئة حقاً ، الناطق الآلي الصوتي لديكم لا يعمل "  
**ممثل خدمة العملاء :** " سأقوم بمساعدتك الآن ، أسف لمرورك بهذه التجربة ، هل يمكنني سؤال بعض الأسئلة حتى أستطيع الإستجابة لطبيك بسرعة؟"  
**العميل:** "حسناً إذن "  
**ممثل خدمة العملاء :** " ما هي المشكلة التي واجهتك أثناء التعامل مع منتجاتنا؟"  
**العميل:** " أنا بحاجة إلى مساعدة مع شبكة الإنترنت اللاسلكية ، إنها لا تعمل تماماً ؟ "  
**ممثل خدمة العملاء :** "أوه أرى ذلك ، لدينا فرق مختلفة للتعامل مع المنتجات المختلفة ، لحل هذه المشكلة بسرعة ، من الأفضل لك التحدث للخبراء في قسم الإنترنت اللاسلكي ، لجعل هذا أسهل لك . سأشرح ذلك لزميلي قبل تحويلك إليهم .هل هذا مناسب؟"  
**العميل:** "بالتأكيد ، قم بذلك"

ممثل خدمة العملاء أستطاع السيطرة على مجرى المحادثة وتهنئة الموقف مع الإستجابة لإحتياجات العميل أيضاً.

### تحليل الموقف

في السيناريو الأصلي ممثل خدمة العملاء قدم أداء سيء ، في الحقيقة ممثل خدمة العملاء كان لا يبدو أنه يهتم كثيراً بالعميل.

- لا يفهم حقيقة إحتياجات العميل.
- غير متعاطف.
- يقوم بإرسال العميل مرة أخرى لما كان سبباً في غضبه في المقام الأول ، ليست حركة جيدة.

كيف نحسن من الأداء كممثل لخدمة العملاء :

- أكد للعميل إنك تحاول المساعدة .
- لا تواجه وتدفع .
- إستمر في القول "أنت محق".
- مثل آلة التسجيل المحطمة إستمر في قول نفس الإعتذار حتى يهدأ العميل ، في بعض الأحيان الإعتذارات الأولى لا تسمع وهنا كل ما عليك فعلة كممثل لخدمة العملاء أن تقوم بإعادتهم بدلاً من التوسع في الإعتذار .
- قم بالرجوع إلى الموضوع الرئيسي بسرعة على قدر إستطاعتك.
- أعرض إختيارات ووضع العميل في موضع قوة ، كلما كانت الخيارات التي يملكها العميل أكثر، كلما شعروا بالسيطرة حتى ولو كان لديهم خيارات محددة ، إبدل جهد في جعل هذا غير واضح.
- لا تنسى أن تعتذر ، حتى ولو لم يكون خطأك (في العادة ليس خطأك) كممثل لخدمة العملاء أنت في خط مواجهة في التعامل مع العملاء وهم ينظرون إليك كصوت الشركة .قم بالإستفادة من ذلك.

### ٣.٩ أنت لا تملك المعلومات

الخدعة هنا هي تحويل العميل لشخص يعرف أكثر وزيادة الثقة التي يضعها العميل فيك ، ها هي إستجابة أفضل كممثل لخدمة العملاء .

**العميل:** " بعض الطابعات التي لديك هنا على هذا الرف عليها علامة 'الطباعة المزدوجة'! هل هي تقوم بعمل طباعة مزدوجة بالفعل أم إنها تسمح بالطباعة المزدوجة بشكل يدوى ؟ "

**ممثّل خدمة العملاء :** "أوه ، أفهم ذلك ، أخشى أنى غير متأكد ولكن سأبحث عن ذلك لأجلك . هل تمنع فى الذهاب والتحقق من ذلك لأجلك ، سوف أعود فى خلال دقيقتين .

**العميل:** " بالتأكيد ، قم بذلك "

**ممثّل خدمة العملاء :**

بعد عدة دقائق.....

"أخشى أنى لم أستطيع الوصول للمعلومات ، أفضل الخيارات هو التحدث مع جون ، زميلى هناك ، هو مع عميل آخر فى الوقت الحالى ولكن سيكون متاح فى خلال ٢٠ دقيقة ، هل تفضل إختيار منتجات أخرى هنا أم ستقوم بالعودة لأحقاً؟ سأؤكد من أن يعرف أنك ستأتى ويمكنك المجيء فقط والسؤال عنه. "

### تحليل الموقف

فى هذه الحالة ، ممثّل خدمة العملاء :

- يهتم بالعميل ويريد أن يلبي احتياجاته.
- يعطى خيارات وبالتالي العميل غير مجبر على شىء ما.
- يقدر وقت العميل ويقترح حلول.
- يقدم الشخص الذى سيتحدث للعميل كخبير فى مجاله وبالتالي الإنتظار يستحق جهد العميل ، آخر شىء يريده العميل هو المرور خلال كل هذا وينتهى الأمر بشخص آخر لا يعلم المعلومات.

## ٤.٩ أريد التحدث مع مديرِك

الخدعة هنا هي التعامل مع الموقف وعدم التقاط الطعم وأخذ الأمر بشكل شخصي ، بمجرد أن يعرف ممثل خدمة العملاء أن العميل لن يقوم بتزويده بأى معلومات أخرى ، يجب أن يتحرك لمساعدة وإظهار إنه يهتم .

**العميل:** "أرغب فى التحدث مع مديرِك"

**ممثل خدمة العملاء :** "سأكون سعيداً لعلك تتواصل مع مديرى ، مستر براون . هل هناك أى شىء أستطيع فعله؟ فى الغالب سيكون ذلك أسرع."

**العميل:** "لا ، لا يوجد شىء لقوله أريد شخص ذو سلطة ليستطيع التصرف فخدماتكم سيئة للغاية.  
**ممثل خدمة العملاء :** "حسناً سأرى ما إذا كان متاح فى الوقت الحالى . سيساعدنى إذا ما أخبرته عما تريد مناقشته معه."

**العميل:** "إخبره أن هذا بشأن خدمات شركته."

**ممثل خدمة العملاء :** هذه ليست مشكلة . دعنى أرى إذا كان متاح هذا سيستغرق دقيقتين فقط...."

### تحليل الموقف

كما رأينا ، ممثل خدمة العملاء هنا لا يأخذ الأمر شخصياً على الإطلاق ، فى الحقيقة ممثل خدمة العملاء هنا :

- يقوم بطرح أسئلة مفتوحة للبحث .
- يظهر بآنية يبذل جهداً لمساعدة العميل فى هذا .
- يبقى أحترافياً طوال الوقت .
- لا يلتقط الطعم لينتهى الأمر به إلى الجدل .

كإنحراف عن المتوقع ، ماذا سيحدث إذا كان المدير الذى يطلبه العميل غير موجود؟ فى هذه الحالة ، ممثل خدمة العملاء يمكن أن يقدم بديل لذلك ، المفتاح هنا هو كيفية تقديم الشخص الآخر كخبير وكالأنسب للتحدث مع العميل . أثناء ذلك ، ممثل خدمة العملاء يجب أن يؤكد على إحتياجات العميل وتزويده بعدد من الخيارات على سبيل المثال:

" يمكنك الحديث إلى جين الآن ، هو خبيرنا فى هذا المنتج وأنا على يقين بأنه سوف يستطيع مساعدتك أو يمكنك إنتظار مجيء مستر براون من رحلته العملية فى خلال يومين ، هذا بالكامل يرجع إليك."

## ٥.٩ استخدام العملاء الآخرين كمستمعين

الأهتمام الأول هنا هو إيقاف المشكلة من الإنتشار لبقية العملاء ، أنت تريد التحكم في الضرر الذي وقع بصورتك والتعامل مع العميل بإحترام في نفس الوقت .  
العملاء الآخرون سيكونون متحمسين لرؤية تدخل أمني سريعاً وبما إنهم بسهولة يمكنهم رؤية أنفسهم في هذه المواقف ولا يوجد عميل سيكون سعيد إذا تمت معاملته بنفس الطريقة .  
هاهي طريقة أفضل للتعامل مع هذا الموقف :

هذه المناقشة تجري في مكتب حكومي في منطقة الإنتظار المفتوحة أمام العديد من العملاء الآخرين الذين ينتظرون الحصول على الخدمة.

**العميل:** "لا يمكنك أن تفعل هذا. كم من الطرق المختلفة التي لا بد لي من تقديم الإستثمارات بها ؟  
أراهن أن كل من هؤلاء العملاء المنتظرين سوف يعطونك إستثماراتهم من يدري كم مرة "  
[يستدير لمواجهة العملاء المنتظرين ( أليس هذا صحيح؟ ) يستدير مرة أخرى لممثل خدمة العملاء  
( أراهن أنهم قد ملوا أيضاً ) "

**ممثل خدمة العملاء :** "إنى أفهم إنك غير سعيد بهذا الموقف أنا هنا للمساعدة هذا ليس مكان خاص ليتم فيه مناقشة تفاصيلك الشخصية . أستطيع ترتيب أجتتماع لك فى بيئة أفضل . هل يمكنك المجيء معى ؟"

**العميل:** "أوك ."

لأحقاباً العميل فى الغرفة.....

**ممثل خدمة العملاء :** "حسناً أحتاج للذهاب و جلب الملفات ورؤية ما الذى نحتاجه منك ، حتى لا نجعلك تقوم بملاء أستثمارات غير ضرورية . هل أحضر لك مشروباً . شاي أو قهوة؟"

**العميل:** "نعم هل أستطيع الحصول على قهوة بدون سكر .شكراً"

**ممثل خدمة العملاء :** "حسناً سأعود فوراً ..."

يعود ممثل خدمة العملاء بعد بعض دقائق .....

### تحليل الموقف

بطبيعة الحال كان هذا سلمياً وأكثر تحضراً هناك الكثير من الكنيكات المستخدمة هنا والتي تم توضيحها بالأسفل .

التكنيك الرئيسى المستخدم هنا كممثل لخدمة العملاء هو عزل العميل عن الآخرين . إذا كان هناك عميل غير سعيد وقد بدأ فى جذب العملاء الآخرين فأنت أكثر قابلية لفقد السيطرة وهذا سيقبل من فرص حل المشكلة. الموقف قد يخرج بسهولة من يديك ، بغض النظر عن أن العميل الآخر قد يكون يستمع بإنتباه إلى محادثتك . أفضل خطوة ببساطة هي أن تأخذ العميل لمكان آخر .

التكنيك الآخر الذى يستعمل لتهدئة العميل بجعله ينتظر . الناس عندما تغضب تكون عاطفية للغاية . فى العادة هم يعودون للصواب إذا تركوا بمفردهم مع قليل من التفكير . فى هذه الحالة ، ممثل خدمة العملاء أيضاً يقدم أسباب جيدة لترك العميل ، جلب الملفات أو إحضار كوب من القهوة .

إظهار الضيافة يوضح أيضاً إنك تهتم بالعميل وهذا فى الغالب الذى جعل العميل غير سعيد فى المقام الأول عدم الضيافة ، أبدأ به . بالطبع القهوة أو المشروب قد يقوم بتهدئة العميل أكثر أيضاً وهذا ما نريده بالضبط.



## ٦.٩ لا تستطيع أن تجد المعلومات

في هذا الموقف من المهم أن تظهر للعميل جانبك بالإهتمام والظهور حريصاً على حل المشكلة . التعاطف خطوة حيوية أولى للبقاء على العلاقة المهنية وجعل الموقف تحت السيطرة . لننظر إلى هذا المثال:

هذه المناقشة تجري في فندق . أنت (كممثل خدمة العملاء) غير قادر على العثور على الحجز الذى صنعه العميل ، هناك غرف متوفرة في الفندق.

**العميل:** "ماذا تعني بأنه ليس لديكى الحجز الخاص بى؟"

**ممثل خدمة العملاء:** "أنا أسف حقاً للأزعاج ، دعنىلقى نظرة على السجلات فقد أستطيع إيجادها هناك ."

..... بعد بضع الوقت.....

**ممثل خدمة العملاء:** " ما زالت لا أستطيع إيجادها .أنا أعرف أنه لا بد من إنك متعب من السفر، لذلك سأفعل ما بأستطاعتى لحل ذلك. هناك غرف متاحة اليوم ، لذلك أن متأكد إننا سنقوم بالحجز لك بطريقة أو بأخرى."

**العميل:** " هذا لم يكون من المفترض أن يحدث!!!!!!!"

**ممثل خدمة العملاء:** " نعم بالتأكيد ، أعتذر مرة أخرى ، هذا سيستغرق بعض دقائق للحصول على بياناتك الشخصية وسوف أتأكد من جعل مديرى على إطلاع بما حدث ، حتى لا يحدث ثانية فى المستقبل ."

### تحليل الموقف

كما رأينا ، هذه المرة ممثل خدمة العملاء يحاول إظهار إنها تفهم مشكلة العميل . كما إنه يتعاطف معه (يتكلم عن السفر) لإظهار ذلك.

ممثل خدمة العملاء يعطى بدائل ويقترح ذلك مسبقاً ، هذا حيوى للغاية لأن إهتمام العميل الأساسى هنا إلى أين أذهب الآن ، بإقتراح أن هذه المشكلة سوف تحل فى وقت قصير ، أنت قد أرحت العميل من أكثر شىء يهمله الآن ، وتخفيف حدة الموقف.

بالإضافة لذلك ، فإن ممثل خدمة العملاء .أقترح أن يناقش ذلك مع المدير حتى لا يحدث مرة أخرى . هذه إشارة بأنه يهتم بنوعية الخدمة وهذا بالضبط ما يتوقعه العميل .

### إنحراف أو تغيير الموقف

نفترض أن الفندق ليس لديه أى غرف متاحة ، كيف ستتصرف هذه المرة ؟  
الحل مازال يكمن فى إعطاء بدائل والتعاطف هذه المرة يمكنك إقتراح الأتى :

"بافتراض إنك تريد أن تكون فى هذه المنطقة ، أستطيع أن أنظم لك عدد من الفنادق وتديبر وسيلة للتنقل لتأخذك للمكان المناسب ، سأجد ما يمكننا فعله لتعويضك عن هذا الإزعاج."

## المراجع

- Cialdini, R., (1984) *“Influence: The psychology of persuasion”*, HarperCollins, ISBN: 978-0-06-124189-5
- Faulkner, M., (2003) *“Customer Management Excellence”*, John Wiley & Sons, ISBN: 0-470-84853-7
- Gallagher, R.S., (2006) *“Great Customer Connections: Simple Psychological Techniques That Guarantee Exceptional Services”*, AMACOM, ISBN: 978-0-8144-7308-5.
- Lieberman, D., (2000) *“Get anyone to do anything and Never Feel Powerless Again”*, St. Martin’s Press.
- Pease A., Pease, B. (2004) *“The definitive book of body language”*, Orion, ISBN: 978-0-7528-5878-4
- Schatzki, M., (1981) *“Negotiation: The Art of Getting What You Want”*, Signet, ISBN: 978-0451112248