



# دورة التميز في خدمة العملاء

بقيادة المدرب :

عدد الايام : 4 أيام

عدد الساعات : 20 ساعة

# الوحدة التدريبية الأولى

## التعامل مع الأنماط المختلفة من العملاء



### جدول زمني للجلسات

م	الجلسة الأولى	راحة	الجلسة الثانية
الموضوع	أنماط العملاء	20 دقيقة	إدارة خدمة العملاء
	150 دقيقة		150 دقيقة

م	الإجراءات التدريبية	الوسائل التدريبية
1	التقديم والتعارف	مناقشة
2	تمرين	أقلام - شفافيات
3	عرض المادة العلمية	جهاز عرض - السبورة
4	عرض ومناقشة النشاط	أقلام - اوراق
5	عرض المادة العلمية	جهاز عرض - السبورة
6	عرض ومناقشة النشاط	أقلام - اوراق
7	عرض المادة العلمية	جهاز عرض - السبورة

المدة	أساليب التدريب	الموضوع/ النشاط
10 دقائق	اوراق	✓ افتتاح البرنامج والتعارف
10 دقائق	المحاضرة	✓ فيديو تدريبي
10 دقائق	المناقشة	✓ نشاط -1
20 دقيقة	عصف ذهني	✓ مفهوم العملاء
50 دقيقة	التطبيق العملي	✓ أنماط العملاء
50 دقيقة	المحاضرة	✓ التعامل مع الأنماط الصعبة من العملاء
60 دقيقة		✓ تابع التعامل مع الأنماط الصعبة من العملاء
70 دقيقة		✓ إدارة خدمة العملاء
10 دقائق		✓ فيديو تدريبي
10 دقائق		✓ نشاط -2
300 دقيقة		

# دليل تدريب الجلسة الاولى

## الجلسة الأولى

عنوان الجلسة : أنماط العملاء

مدة الجلسة : 150 دقيقة

## موضوعات الجلسة

- مفهوم العملاء
- أنماط العملاء
- التعامل مع الأنماط الصعبة من العملاء

## نشاط -1-

### عصف ذهني -جماعي

عزيزي المدرب: اذكر ماتعرفه عن مفهوم العملاء؟



### مفهوم العملاء



يعرف العميل بأنه الشخص الذي تخدمه المؤسسة، لذلك يعتبر حجر الأساس لها، والمسؤول الأول عن نجاحها أو فشلها، لذلك تسعى المؤسسات أثناء إنشائها لتحديد أهدافها، وخدماتها بما يتلائم مع طبيعة العميل، وطبيعة الخدمات التي يطلبها، علماً أن هناك أنواع كثيرة من العملاء، مما يتطلب اكتساب مهارة التعامل مع كل نوع.

## أنماط العملاء



### العميل السلبي

#### صفات العميل السلبي:

- ▽ الاتكالية، والمزاجية والحجل.
- ▽ طرح كثير من الأسئلة.
- ▽ الاستماع بانتباه.
- ▽ البطء في تحديد موقفه، سواء بالقرار أم بالإجابة.
- ▽ قلة التركيز، وبطء الاستيعاب، وذلك لانشغال عقله بالتفكير بأكثر من موضوع.
- ▽ الاعتقاد بأن تفاعل مقدم الخدمة معه يحد من خطورة قراره.



### العميل المتشكك

#### صفات العميل المتشكك:

- يبدو شكاكاً وغير واثقاً من مزود الخدمة، ويطلب الأدلة.
- يبدو ساخراً في طريقة حديثه.
- يصعب عليه تحديد ما يرغب به.
- يبدو صعب المراس، مما يزيد صعوبة التعامل معه.

## العميل الثرثار

### صفات العميل الثرثار:

- ✗ يكثر من الكلام، وأحياناً دون فائدة.
- ✗ يجامل، ويبدو فكاهاياً.
- ✗ يحاول لفت الانتباه بكثرة حديثه.
- ✗ يتحدث عن أشياء كثيرة في ذات الوقت.

## العميل المغرور

### صفات العميل المغرور:

- يرى أن الآخرين مجبرين على انتظاره.
- يرى نفسه متميزاً، ومسيطرأً، ووثاقاً.
- يبدو غير صبور.
- لا ينصت إلى الحديث، ويحاول المقاطعة.
- يعيق استمرارية العمل، لزعمه أنه يحيط معرفةً بكل الأمور.

## العميل المتردد

### صفات العميل المتردد:

- ✓ اتكالي في اتخاذ القرارات.
- ✓ مترددٌ، وغير صارم.
- ✓ صعوبة أخذ جواب منه.
- ✓ صعوبة الاستقرار على موقف أو رأي.

## العميل الغاضب

### صفات العميل الغاضب:

- ❖ يستفز بسرعة، ويغضب.
- ❖ يرغب بالإساءة إلى الآخرين، ويستمتع بإلحاق الضرر بهم.
- ❖ يواجه مزود الخدمة صعوبة في التعامل معه، وفي محاولة إرضائه.
- ❖ يميل للتهجم على الآخرين.

## العميل المشاهد

### صفات العميل المشاهد:

- لا يريد شيئاً محدداً.
- يرغب بالتمتع في الخدمات أو البضائع المعروضة.
- يفضل عدم مراقبته، والاهتمام به في ذات الوقت.

## العميل المتروي

### صفات العميل المتروي:

- يتميز بسرعته في اتخاذ القرارات.
- يبدو عاطفياً في قراراته.
- يهتم بالمظهر الخارجي أكثر من المضمون.
- يختار ما يعجبه، وما يريد.

## العميل العنيد

### صفات العميل العنيد:

- ✘ يبدو نشيطاً، وإيجابياً، وإستقلالياً.
- ✘ يتخذ قراره وحده، ويتمسك به.
- ✘ يتجنب تجريب الأشياء الجديدة.

## العميل المفكر الصامت

### صفات العميل المفكر الصامت:

- يبدو هادئاً أثناء حديثه.
- ينصت للحديث كثيراً.
- يواجه مزود الخدمة صعوبة في تحديد أفكاره.
- يجري مقارنات بين الخيارات المقترحة، محاولاً تحديد موقفه.

## التعامل مع الأنماط الصعبة من العملاء



### لماذا قد نضجر من العملاء؟

**أولاً:** عدم الإدراك لحقيقة أساسية وهي أن الاختلاف بين البشر شيء طبيعي.

**ثانياً:** الخلط بين تكوينك وشخصيتك وكرامتك من ناحية وأهدافك في جذب العملاء أو تنمية النشاط من ناحية أخرى

**ثالثاً:** القناعة الزائفة بأن الحكم على التميز في التعامل مع الآخرين إنما يستند إلى القدرة على جذب العميل الإيجابي أو ذو الطباع العادية، والحقيقة بخلاف ذلك تماماً، حيث تبرز المهارة في المواقف التي يكون العميل ذو الطباع الحادة طرفاً فيها.

### بعض الوصايا الذهبية

- يتوقف نجاحك في تقديم خدمة متميزة لعملائك ليس فقط على التشخيص الصحيح لاحتياجات وتوقعات هؤلاء العملاء، بل كذلك التمييز بين أنماطهم السلوكية والشخصية واستخدام المداخل المناسبة للتعامل مع كل فئة.
- تلعب خبرتك العملية الدور الرئيسي في التحديد الصحيح لنوعية العميل.
- استخدم مداخل مختلفة للتأثير في العملاء وتحقق الاستجابة المرغوبة لديهم.
- توجد بعض المؤشرات والتي تعتبر بمثابة مفاتيح للحكم على نوعية العميل وبالتالي الطريقة التي يجب استخدامها للتعامل معه مثل:
  - طريقة سير العميل أو خطواته في التحرك.
  - المظهر ونوعية الملابس التي يرتديها.
  - تعبيرات الوجه واليدين.
  - أسلوب المخاطبة أو الحديث ( اللهجة ونبرة الصوت ).
- يجب عليك تغيير أسلوب تعاملك مع العميل الواحد باختلاف الظروف والأوقات والحالة المزاجية.

- حاول أن تفهم العميل قبل أن تبادر بالتعامل معه، حيث يساعد ذلك في التشخيص الصحيح

لنوعية العميل ومن ثم مداخل التعامل معه

## قاعدة 80/20 وتقسيم العملاء

تشير إلى أن :

80% من أعمالك - أرباحك - تأتي من 20% من عملائك

80% من المشكلات يتسبب فيها 20% من العملاء

80% من وقت العمل يخصص لـ 20% من المهام



كيف يمكنك توظيف هذه القاعدة في مجال تحليل عملاءك؟

يفيد تحليل العملاء في التعرف على:

- العملاء الأكثر أهمية للنشاط.
- العملاء الذين يحتاجون خدمات محددة.
- العملاء ذوي الحساسية لمستوى الخدمة .

الغرض من هذا التصنيف هو الاستمرار في تقديم خدمة متميزة للجميع من خلال فهم السمات والدوافع الخاصة بكل فئة واستخدام الأساليب الملائمة للتعامل معها.

### أهمية العملاء للمنظمات

- ❖ العميل هو المبرر الوحيد لوجود المؤسسة.
- ❖ العميل هو الأساس في خلق الفرص الوظيفية وفرص الترقية.
- ❖ إشباع حاجات العميل هي الوسيلة لتحقيق الربح والنمو والاستقرار.
- ❖ نمطية الخدمات وصعوبة تمييزها.
- ❖ تشبع الأسواق وكثافة المنافسة.
- ❖ النهوض بالمسئولية الاجتماعية للمؤسسة.
- ❖ تأمين الدعم المادي والمعنوي للمنظمة العامة.

### من إرضاء الإدارة إلى إرضاء العميل

يكمن التمييز بين نوعين من توجهات المؤسسات في واقعنا الحالي نحو أهمية العملاء:

▽ المؤسسات الموجهة بإسعاد المدير. ( النموذج الأول )

▽ المؤسسات الموجهة بإسعاد العميل. ( النموذج الثاني )



# إستراحة تدريبية



## دليل تدريب الجلسة الثانية

### الجلسة الثانية

عنوان الجلسة : إدارة خدمة العملاء

مدة الجلسة : 150 دقيقة

### موضوعات الجلسة

➤ تابع التعامل مع الأنماط الصعبة من العملاء

➤ إدارة خدمة العملاء

## تابع التعامل مع الأنماط الصعبة من العملاء



### الأنماط الصعبة من العملاء

1. المستفيد المزعج أو كثير المطالب
2. المستفيد الاجتماعي
3. المستفيد المتوازن أو المعتدل
4. المستفيد الشاكي

### أولاً: المستفيد المزعج أو كثير المطالب

#### صفاته

- التحفظ في الحديث.
- التطلع الدائم لما هو أفضل من الخدمات أو المنتجات أو أسلوب المعاملة.
- سرعة الشعور بالملل.
- لا يقبل التبريرات أو التفسيرات لأي خطأ أو قصور في الخدمة.
- لا يحبون الدخول في التفاصيل.
- الشخصية القوية والشعور بالأهمية.

### كيف نتعامل مع المستفيدين كثيري المطالب؟

- الوضوح والتحديد.
- الثقة بالنفس والمهنية.
- سرعة الاستجابة وتجنب التفاصيل.

- نبرة صوت واضحة وقوية.
- عرض الحقائق بطريقة منطقية.
- تجنب الأسئلة غير المفيدة أو الشخصية.

## ثانيا: المستفيد الاجتماعي أو المؤثر

### صفاته

- التفاؤل والطموح
- سرعة الثقة في الآخرين
- عدم الإحساس بأهمية الوقت
- الود ودفء المشاعر
- صدق الالتزام
- تفضيل الأحاديث الجانبية أو الشخصية

## كيف نتعامل مع المستفيد الاجتماعي؟

- القدرة على التعبير عن مشاعرك تجاههم
- نبرة صوت مفعمة بالحيوية والحماس.
- الاستخدام الجيد لحركة الجسم.
- الملاطفة والود في المعاملة.
- تقديم عروض مغرية ومشجعة.
- السؤال عن رأيهم الشخصي في أساليب وبدائل تقديم الخدمة.
- المشاركة في الحديث عن أهدافهم وطموحاتهم.
- عدم الإهمال أو ادعاء الانشغال بأمر أخرى.

## ثالثاً: المستفيد المتوازن أو المعتدل

### صفاته

- الهدوء وعدم الرغبة في التغيير.
- البساطة وعدم التكلف.
- سعة الصدر وتقبل تبريرات الخطأ في الخدمة.
- الحساسية لأسلوب المعاملة أو تقديم الخدمة.
- التركيز على النتائج دون الوسائل أو الأساليب.
- الولاء ما لم تحدث مشكلات بارزة في الخدمة

### كيف تتعامل مع المستفيد المتوازن أو المعتدل؟

- إظهار مشاعر الصداقة والود.
- الهدوء في التصرفات والحماس في الحديث.
- بساطة لغة الجسم خاصة مثل نبرة الصوت وإشارات اليد.
- الاعتدال في ردود الأفعال.
- التجاوب والاستماع بصبر.
- تقديم حلول منطقية ومقنعة.
- استخدام الأدلة والضمانات.
- منح الوقت الكافي للتفكير.
- إبراز مشاعر التقدير والاهتمام

## رابعاً: المستفيد الشاكي

### صفاته

- التدقيق في التفاصيل.
- الشعور بالأهمية والحاجة للمعاملة الخاصة.
- سرعة الغضب ورد الفعل.
- عدم إظهار التقدير للخدمة أو مقدمها.
- التمسك بالرأي وضعف المرونة.
- التهديد الدائم بالشكوى.
- التمسك الشديد بالقواعد والإجراءات

### كيف نتعامل مع المستفيد الشاكي؟

- الإلمام الكافي بالخدمة وفنون تقديمها.
- الاستعداد الدائم للقيام بأي شيء.
- كن حازماً ولكن بأدب.
- الوضوح والمباشرة في الحديث.
- تسلح بالحقائق والمعرفة التامة.
- إتاحة الفرصة له للتعبير عن رأيه.
- قلل من استخدام إشارات اليد حتى لا تثيره.
- استخدم الضمانات والشهادات والأدلة.

## إدارة خدمة العملاء



### لماذا يشكو العملاء؟

أولاً: عدم تحقيق التوقعات

ثانياً: ضعف الثقة أو المصداقية

ثالثاً: الحالة المزاجية للعميل أو الموظف

رابعاً: مقاومة العميل للتغيير

خامساً: أسباب أخرى مثل :

- التمييز بين العملاء
- البطء والتأخير في الحصول على الخدمة.
- الآلية والنمطية وخلو الخدمة من المشاعر.
- نقص أو عدم توافر المعلومات لدى العميل.
- عدم تحقق الإشباع المطلوب من المنتج أو الخدمة.
- تفوق المنافسين من حيث السعر أو المواصفات أو الخدمات

### أغلب العملاء لا يتقدمون بالشكوى

❖ عدم الثقة في اهتمام الإدارة بإزالة أسباب الشكوى

❖ عدم المعرفة بكيفية التوجه بالشكوى

❖ إدراك العميل أن الشكوى قد لا تبرر الوقت أو المجهود المنفق

❖ سهولة التحول إلى مصادر بديلة

❖ الرغبة في الانتقام أو رد الفعل

### القواعد السلوكية للتعامل مع شكاوى العملاء

✓ محاولة امتصاص غضب المستفيد وحسن الإنصات له

✓ الاعتذار عن حدوث المشكلة

✓ التركيز على ما يمكن عمله

✓ تجنب فهم الأمور بصفة شخصية

✓ منح المستفيد مميزات إضافية.

✓ فهم المشكلة من منظور العميل.

✓ الاستجابة الفورية.

✓ مشاركة المستفيد في البحث عن الحلول.

✓ عدم إلقاء اللوم على المستفيد .

### كيف يمكن تقليل شكاوى العملاء قدر الإمكان؟

(1) السعي الجاد للتعرف على توقعات العملاء

(2) التحديد الجيد لمجالات الشكاوى والدراسة المتأنية لها

(3) تطوير الإجراءات

(4) تقديم الضمانات للعملاء

### القواعد السلوكية للتعامل مع شكاوى العملاء

● محاولة امتصاص غضب العميل وحسن الإنصات له

- الاعتذار عن حدوث المشكلة
- التركيز على ما يمكن عمله
- تجنب فهم الأمور بصفة شخصية
- منح العميل مميزات إضافية.
- فهم المشكلة من منظور العميل.
- الاستجابة الفورية.
- مشاركة العميل في البحث عن الحلول.
- عدم إلقاء اللوم على العميل .

### ماذا تفعل المنظمات حتى تدير شكاوى العملاء بفاعلية؟

- إنشاء أنظمة داخلية تتعلق بإجراءات التعامل مع شكاوى العملاء.
- التحليل المستمر لشكاوى العملاء ومصادرها ومدى التقدم في المعالجة.
- الدراسات المستمرة لرضاء العملاء عن أساليب الخدمة ومقترحاتهم لتطويرها.
- حث العملاء على سرعة الإبلاغ عن ما قد يعترضهم من مشكلات.
- تعريف العملاء بأساليب وقنوات الاتصال عند وجود مشكلة.
- تدريب العاملين على فنون الإنصات لشكاوى العملاء والرد عليها.
- متابعة شكاوى العملاء للتأكد من اتخاذ التصرفات المناسبة بشأنها.
- توفير مزيد من السلطات والصلاحيات للعاملين في مجال حل المشكلات.
- التأكد من رضاء العملاء عن الأساليب المستخدمة في حل مشكلاتهم.

### تذكر هذه الوصايا الذهبية

- 1) عادة ما يحكم علينا العملاء في ضوء الطريقة التي نعالج بها مشاكلهم، فهم يتوقعون أن نقدم لهم خدمة ممتازة ويعتبرون ذلك أمراً طبيعياً... وكل ما يتذكرونه عادة هو ما تقوم به عندما يحدث خطأ في الخدمة المقدمة.
- 2) يجب أن ننظر إلى حدوث الخطأ في الخدمة كحدث هام، فمن المفترض ألا يحدث هذا الخطأ. وتذكر أن المشكلة سواء كانت صغيرة أم كبيرة هي قضية هامة من منظور العميل.
- 3) أجعل من السهل على عملائك أن يظهروا عدم رضائهم عن الخدمة. قد يبدو ذلك أمر غير سار بالنسبة لك، إلا أنه في النهاية يمنحك الفرصة لإصلاح الأمور

## نشاط -2-

### فردى-ابداء رأى

عزىزى المتدرب اذكر ماتعرفه من خلال ماتم شرحه ماذا تفعل المنظمات حتى تدىر شكاوى العملاء بفاعلىة .

