

الوحدة التدريبية الرابعة

أولاً مهارات التواصل السلوكية مع

العملاء



جدول زمني للجلسات

م	الجلسة الأولى	راحة	الجلسة الثانية
الموضوع	<ul style="list-style-type: none"> مهارات التواصل السلوكية مع العملاء تطبيق وسائل خدمة العملاء 	20 دقيقة	كيفية خدمة المستفيدين والمسؤولين من القطاع الحكومي
الزمن	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 -7
40 دقيقة	عصف ذهني	✓ الإدارة الذاتية ودورها في تحقيق الخدمة المتميزة
80 دقيقة	التطبيق العملي	✓ مهارات التواصل السلوكية مع العملاء
55 دقيقة	المحاضرة	✓ تابع مهارات التواصل السلوكية مع العملاء
25 دقيقة		✓ تطبيق وسائل خدمة العملاء
25 دقيقة		✓ بناء قنوات الحوار والاتصال مع المسؤولين من القطاع الحكومي.
25 دقيقة		✓ مبادئ خدمة العملاء في المنظمات الحكومية
10 دقائق		✓ فيديو تدريبي
10 دقائق		✓ نشاط -8
300 دقيقة		

دليل تدريب الجلسة الاولى

الجلسة الأولى

عنوان الجلسة : مهارات التواصل السلوكية مع العملاء

مدة الجلسة : 150 دقيقة

موضوعات الجلسة

➤ الإدارة الذاتية ودورها في تحقيق الخدمة المتميزة

➤ مهارات التواصل السلوكية مع العملاء

➤ تطبيق وسائل خدمة العملاء

نشاط -7-

عصف ذهني -جماعي

عزيزي المتدرب: اذكر ماتعرفه عن الحديث الذاتي السلبي.



الإدارة الذاتية ودورها في تحقيق الخدمة المتميزة



بالحديث الذاتي **self talk** : نوعية الحوار الذي يجريه موظف الخدمة مع نفسه حول ما يشعر به تجاه الرؤساء والزملاء وكافة الأطراف الذين يتعامل معهم في محيط الوظيفة.

أمثلة الحديث الذاتي السلبي

- حالتي المزاجية سيئة اليوم ...
- أرى أن الأمور لا تسير اليوم على ما يرام
- هؤلاء المستفيدين لا يمكن إرضائهم مهما فعلت ..
- كان من الأفضل لي أن أتغيب عن العمل ..
- هذا اليوم يبدو من الأيام السعيدة بالنسبة لي
- أشعر بالتفاؤل والرغبة في عمل شئ جديد
- باستطاعتي حل أي مشكلة قد يثيرها المستفيدين
- إن رضاء المستفيد يعنى رضائي في المقام الأول
- أن المبرر الوحيد للوظيفة هو خدمة المستفيد

الممارسات الناتجة عن الاتجاهات السلبية وسوء الإدارة الذاتي

اللامبالاة: قيام بعض الموظفين الذين يتكون بالمستفيدين بعدم الاكتراث بالمستفيد وتجاهله

الآلية والبرود: دوران سلوكيات الموظف حول متطلبات الوظيفة وليس متطلبات خدمة المستفيد مما يؤدي إلى فتور المعاملة وخلوها من مشاعر الود والاحترام.

التسوية: يعني تخفي مقدم الخدمة خلف الإجراءات والسياسات واللوائح لكي يماطل في خدمة العميل، نظراً لتكاسله.

السلبية والتعاس: هي عدم وجود روح المبادرة لدى الموظف أو الرغبة في الانجاز، وتكاسله عن العمل إلا إذا طلب منه.

التمييز: اختلاف نظرة الموظف للعميل و سلوكياته أثناء تقديم الخدمة ، بناءً على عدة اعتبارات مثل ديانة المستفيد أو جنسيته أو جنسيته... الخ

التحقير: هو قيام الموظف بالتقليل من شأن المستفيد ومعاملته بازدراء

التخلص من الاتجاهات السلبية وسوء الإدارة الذاتية

1. تخلص من الحديث الذاتي السلبي
2. تجنب التفاعل السلبي مع غضب العملاء
3. تعامل بشك فعال مع الضغوط الوظيفية
4. درّب نفس على عدم استخدام الكلمات السلبية

مهارات التواصل السلوكية مع العملاء



1) الصبر

- إن لم يكن "الصبر" في مقدمة قائمة مهارات خدمة العملاء، من الأفضل لك أن تتوقف عن متابعة قراءة بقية القائمة. الصبر ليس مهما فقط للعملاء الذين غالبا ما يصلون إلى الدعم عندما يشعرون بالإرباك أو الإحباط بخصوص أمر ما، وإنما هو مهم أيضا للشركة ككل، إذ تتفوق الخدمة المميزة على الخدمة السريعة دائما.
- مع ذلك، يجب ألا يُستخدم الصبر كذريعة للكسل أو التثاقل في خدمة العميل.
- إذا كنت تتعامل مع العملاء بشكل يومي، تأكد من أن تحافظ على صبرك عندما يكون العميل محبطا ومحتارا، وتأكد أيضا من أن تأخذ وقتك في فهم احتياجات العميل، فهو بالتأكيد سيفضّل الحصول على خدمة مختصة بدلا من الخدمة السريعة.

2) الإصغاء

- للعديد من الأسباب، تُعتبر القدرة على الاستماع إلى العملاء من الأمور الحاسمة في توفير خدمة مميزة. وقد قمت من قبل، باستخدام البيانات، بإثبات أن الاستماع للتغذية الراجعة **feedback** من العملاء هو من الضروريات لأي شركة تسعى إلى الابتكار.
- وبالإضافة إلى إيلاء الاهتمام بتفاعلات العميل الفردية، من المهم أيضا أن تكون منتبها ويقظا إلى التغذية الراجعة التي تتلقاها بشكل عام.
- ومن الراجح ألا يقول لك العميل: "من فضلك حسن تجربة المستخدم **user experience** لبرنامجك"، وإنما يخبرك بدلا من ذلك: "لا يمكنني أن أعثر على خاصية البحث"، أو "كيف يمكنني عمل...؟".
- ما الذي يخبرك به عملاؤك دون أن يقولوه صراحة؟

3) مهارات التواصل الواضحة

- **أحرص** على مناقشة المشكلة المطروحة بسرعة، فالعميل لا يهتم بسماع قصة حياتك أو كيف كان يومك.
- **والأهم من ذلك**، يجب أن تكون حذرا حول كيفية ترجمة بعض عادات التواصل الخاصة بك للعملاء، ومن الأفضل أن تتصرف بأوضح طريقة عندما تجد نفسك في موقف مبهم.
- **ظننت أنه يعني أن أحصل عليه مجانا**، لكن كما اتضح، لم يكن هذا هو المقصود. اعتذر الموظف مني لاحقا، وعرفت أنّ الأمر مجرد سوء فهم، لكنني لم أرجع إلى تلك الورشة مجددا بسبب سوء الفهم ذاك.
- **عندما يتعلق الأمر بالنقاط المهمة التي يجب أن تنقلها بوضوح إلى العميل**، تأكد من إيصالها ببساطة وابتعد عن كل ما يمكن أن يسبب الشك أو الالتباس.

4) معرفة المنتج

- **أفضل الموظفين** الذي يواجهون العملاء ويتفاعلون معهم في شركتك هو الذي يملك معرفة عميقة عن كيفية عمل منتجك.
- **لا يعني هذا أنه يجب على كل فرد في الفريق أن يكون قادرا على بناء منتجك من الصفر**، لكن من الأفضل أن يعرف التفاصيل الدقيقة لعمل المنتج، تماما مثلما يعرفه العميل الذي يستخدمه يوميا.
- **لن تكون قادرا على مساعدة العملاء في حل مشاكلهم** ما لم تعرف جميع التفاصيل المتعلقة بالمنتج وكيفية عمله.

5) القدرة على استخدام "اللغة الإيجابية"

- **إنّ قدرتك على إجراء تغييرات صغيرة في أنماط المحادثة** ستمكّنك من قطع شوط طويل في إرضاء العملاء وإسعادهم.

- تُعتبر اللغة جزءاً مهماً جداً من الإقناع، والناس (وخصوصاً العملاء) عادة ما يخلقون تصورات معينة عنك وعن شركتك على أساس اللغة التي تستخدمها.
- يمكن للتغيرات الصغيرة باستخدام "اللغة الإيجابية" أن تؤثر بشكل كبير على كيفية تلقي الرد من قبل العميل...
 .: بدون لغة إيجابية: "لا أستطيع تزويدك بالمنتج حتى الشهر القادم. المنتج غير متوفر في هذا الوقت".
- .: بلغة إيجابية: "سيتوفر المنتج في الشهر القادم. سنقوم بتسجيل طلبك في الوقت الحالي، وسنتأكد من إرساله لك حالما يتوفر في مستودعاتنا".

6) مهارات التمثيل

- ستصادف في بعض الأحيان أناساً من الصعب (أو من المستحيل) إرضائهم.
- وستبدأ بعض الحالات الخارجة عن سيطرتك (كمشاكل العميل بيوم عصيب، أو قد يكون متدمراً بطبيعته) بالتسرب إلى روتينك المعتاد في خدمة العملاء، وسيكون عليك التعامل مع هؤلاء العملاء الذين يشعرونك وكأنهم لا يريدون شيئاً سوى إرهابك.
- يمتلك موظف خدمة العملاء الجيد مهارات التمثيل الأساسية اللازمة للحفاظ على شخصيته المبتهجة بالرغم من تعامله مع شخص ربما يكون نكداً بطبيعته.

7) مهارات إدارة الوقت

- بالرغم من أحاديثي الكثيرة المدعومة بالبحوث حول الأسباب التي توجب عليك كفرد من فريق الدعم قضاء الكثير من الوقت مع العميل، ألا أنّ هناك حدوداً، ويجب عليك أن تهتم بخدمة العميل ومساعدته للوصول إلى الإجابة المطلوبة بطريقة فعّالة. الفكرة هنا هي أن تقوم باختصار الوقت عندما تُدرك أنّه ببساطة لا يمكنك مساعدة العميل.
- فإذا كنت لا تعرف الحل لمشكلته، سيكون أفضل شيء تقوم به هو توجيه العميل إلى موظف آخر يعرف الحل.

- لا تضيع الوقت في محاولة تخطي إمكانياتك في خدمة العميل إذا كنت تعرف أن الأمر سينتهي بتضييع وقت كليكما.

8) القدرة على "قراءة" العملاء

- لن تكون دائما قادرا على رؤية العملاء وجها لوجه، وفي كثير من الحالات (وخصوصا في الوقت الحاضر) لن تكون قادرا حتى على سماع صوت العميل.
- لكن هذا لا يعفيك من محاولة فهم بعض المفاهيم الأساسية للسلوكيات النفسية والقدرة على "قراءة" الحالة العاطفية الحالية للعميل.
- يعتبر هذا الأمر جزءا مهما من عملية إضفاء الطابع الشخصي كذلك، لأنه يقودك إلى معرفة عملائك لخلق تجربة شخصية لهم.
- انظر واستمع إلى الإشارات الصغيرة حول مزاجهم الحالي، مستوى صبرهم، شخصياتهم، إلخ، وستنجح في الحفاظ على تفاعلك مع العملاء إيجابيا.

9) الحضور المهدئ/المطمئن

- هناك العديد من الاستعارات لمثل هذا النوع من الشخصيات: "الحفاظ على هدوئهم"، "البقاء هادئين تحت الضغط"، وغيرها، وجميع هذه الاستعارات تمثل نفس الشيء: القدرة التي يملكها بعض الناس على البقاء هادئين وحتى التأثير على مزاج الآخرين عندما تصبح الأمور متوترة قليلا.
- لقد مررت من قبل ببعض المواقف الصعبة مع شركات الاستضافة، وأستطيع أن أخبركم بصراحة أنّ السبب الأول الذي جعلني أستمر في التعامل مع شركات معينة يرجع إلى قدرة فريق الدعم على إبقائي هادئا وثابتا.
- إنّ أفضل الموظفين في خدمة العملاء هو الذي يعرف كيف يحافظ على هدوئه عندما يكون العميل غاضبا أو متوترا، وهذه هي مهمتهم في الواقع، أن يصبحوا "حبل النجاة" للعميل الذي يعتقد أن عامله ينهار بسبب مشكلته الحالية.

الجزء الثاني من الجلسة :

تطبيق وسائل خدمة العملاء

- تابع مهارات التواصل السلوكية مع العملاء
- تطبيق وسائل خدمة العملاء
- بناء قنوات الحوار والاتصال مع المسؤولين من القطاع الحكومي.
- مبادئ خدمة العملاء في المنظمات الحكومية

تابع مهارات التواصل السلوكية مع العملاء

**(10) التركيز الموجه بهدف**

- قد يبدو هذا الأمر غريبا لإدراجه في قائمة مهارات خدمة العملاء، لكنّ أوكد لك أنّه بالغ الأهمية.
- أنّ العديد من خبراء خدمة العملاء أظهروا كيف أنّ إعطاء الموظفين سلطة مطلقة لإذهال العملاء لا يقوم بالضرورة بتوليد العائدات التي تتوقع معظم الشركات الحصول عليها. وهذا يعود إلى عدم إعطاء الموظفين أهداف واضحة، في حين أنّ أهداف الشركة وسعادة العميل يمكن ألا تتعارض وأنّ تعمل جنباً إلى جنب دون أن تُسبب خدمة رديئة.

(11) القدرة على التعامل مع المفاجآت

- في بعض الأحيان يضعك العميل في موقف مفاجئ يصعب التعامل معه.
- ربّما تكون المشكلة التي تواجهها غير مذكورة بشكل محدد في تعليمات الشركة، أو ربما لا يستجيب العميل بالكيفية التي تتوقعها.
- وبغضّ النظر عن الحالة، من الأفضل أن تكون قادرا على اتّخاذ قرارٍ بشكلٍ سريع، أو وضع تعليمات/مبادئ خاصة بك في مثل هذه الحالات.
- لنفترض، على سبيل المثال، أنّك ترغب بوضع نظام خاص بك عندما تصادف عميلا يواجه مشكلة في المنتج لم تمرّ عليك من قبل...
- من؟ أحد الأشياء التي يمكنك أن تقررها فوراً هو "من" الشخص الذي يجب أن تلجأ إليه عندما تواجه مشكلة لا تعرفها. ربما يكون المدير التنفيذي CEO قادرا على مساعدتك، لكن لا يمكنك أن تذهب إليه في كل مرة. قم بتحديد سلسلة منطقية لنفسك، وبذلك لن تختار في تحديد الشخص الذي توجّه المشكلة إليه.
- ماذا؟ عندما تكون المشكلة خارج حدود معرفتك/إمكانياتك بشكل ملحوظ، "ما" الذي ستقوم بإرساله إلى ذلك الشخص الذي حددته في الفقرة أعلاه؟ المحادثة كاملة؟ الأجزاء المهمة فقط؟ أو ربما بعض الأشياء المميزة مع مثال على تذاكر مماثلة؟

12) مهارات الإقناع

- لا يفكر الكثير من الناس بهذه المهارة.
- يعرف أفراد دعم العملاء أنّه في كثير من الأحيان ستصلك رسائل على بريدك تدور حول فضول/اهتمام العميل بمنتج شركتك، وليس حول المشاكل التي يواجهها مع المنتج (خصوصاً إذا كان بريدك الإلكتروني متاحاً على الموقع، كما في حالة موقع [Help Scout](#)).
- وللارتقاء بمهاراتك في خدمة العميل، يجب أن تكون لديك القدرة على الإقناع لكي تتمكن من إقناع العملاء المهتمين بأنّ منتجك مناسب لهم (إن كان كذلك).

- الأمر لا يتعلق بتحويل جميع رسائلك إلى عروض للبيع **sales pitch**، وإنما بعدم السماح للعملاء المحتملين "بالإفلات" لأنك لم تستطع إنشاء رسالة مقنعة على أن منتج شركتك يستحق الشراء.

13) الإصرار/التمسك

- يمكنك تسميتها ما شئت، لكن أخلاق العمل العظيمة والاستعداد للقيام بما يجب القيام به (دون اختصارات) هو من الأساسيات لتوفير ذلك النوع من الخدمة التي يتداول الناس الحديث عنها.
- يجب أن يكون الدافع الذي يحفزك لعدم "غشّ" عملائك أبداً بخدمة متثاقلة هو تذكّر أنّ العميل من البشر أيضاً، ومعرفة أن بذل الجهود الإضافية سيعود عليك بنتائج جيّدة بعشرة أضعاف ما بذلته.

14) القدرة على إتمام المحادثة (Closing)

- أن تكون قادراً على "الإتمام" مع العميل يعني أن تكون قادراً على إنهاء المحادثة مع تأكيدك من رضا العميل (أو أقرب ما يكون إلى ذلك) ومع شعور العميل بأنّ كل شيء تم الاهتمام به (أو سيتم ذلك).
- أنّ تعليق المحادثة بعد اتصال العميل أو قبل معالجة جميع المشاكل هو آخر شيء يرغب فيه العملاء، لذلك تأكد من أن تأخذ وقتك لتؤكد مع العملاء أن كل مشكلة قد تم اعتبارها وحلّها بالكامل (أو سيتم حلّها).
- إنّ استعدادك للقيام بذلك يُظهر للعملاء ثلاثة أمور مهمة:
 - أنه يهتمك حل المشكلة بشكل مناسب.
 - أنّك ستواصل السعي حتى يتم حلّها بشكل مناسب.
 - أنّ العميل هو الذي يحدد ما هو "الحل المناسب".

- عندما يجبرك العميل: "نعم، انتهيت (ليس لدي المزيد من المشاكل)"، ستعرف حينها أنّ المحادثة قد انتهت.

15) الاستعداد للتعلم

قد تكون هذه المهارة من أكثر المهارات العامة في القائمة، ولكنها ما زالت ضرورية. إنّ الذي لا يسعى إلى تحسين عمله، سواء كان بناء منتج، التسويق للشركات، أو مساعدة العملاء، سيتم التخلي عنه من قبل الناس المستعدين للاستثمار في مهاراته.



تطبيق وسائل خدمة العملاء



وسائل خدمة العملاء

تعتمد خدمة العملاء على وسائل اتصال لتحقيق الهدف من وجودها، ومن أهمّ هذه الوسائل:

❖ **خدمة العملاء الهاتفية:** هي من أكثر أنواع وسائل خدمة العملاء انتشاراً؛ إذ تعتمد على تلقي

المكالمات من قبل العملاء المتصلين، ومن ثم التعرف عليهم، والردّ على استفساراتهم بشكل دقيق.

❖ **خدمة العملاء بالإنترنت:** هي من أنواع وسائل خدمة العملاء، والتي تعتمد على الردّ على

الرسائل التي تصل من قبل العملاء عن طريق البريد الإلكتروني، أو من خلال تفعيل الحوار معهم

بالاعتماد على الرسائل الفورية أو ما تُعرف باسم الدردشة من أجل تقديم كافة المساعدات للعملاء.

بناء قنوات الحوار والاتصال مع المسؤولين من القطاع الحكومي

✂ تشبث بشعرة معاوية

✂ القدوة

✂ تحيّن الظرف المناسب

✂ راقب نفسك وقيمها

✂ عوّد نفسك على الابتسامة واجعلها ال تفارق ثغر

✂ ركز على الرأي لا على صاحبه

✂ التخلي عن النرجسية والأنانية

✂ المحاور الذكي سريع البديهة

✂ الاتفاق على الأسس والمبادئ

✂ الاستعداد النفسي للاقتناع بالنتائج

✂ الالتزام بالوقت

✂ عدم اتهام النيات

✂ إنهاء الحوار بأدب ولباقة

مبادئ خدمة العملاء في المنظمات الحكومية



يستند نشاط العلاقات العامة في المنظمات الحكومية على عدة أسس ومبادئ ونذكر منها ما يلي:

➤ إن المتطلبات الأولية لبرامج العلاقات العامة الجيد هو توفير المنظمة الحكومية ذاتها لخدمة جيدة.

وهذا الاعتبار الهام يلقي الضوء على أهمية إدراك الإدارة العليا للمنظمة الحكومية للمسئولية

الاجتماعية.

- يتوقف مستوى جودة الخدمة التي تؤديها المنظمة الحكومية على مدى قبول وإشباع هذه الخدمة لحاجات ورغبات معينة لأفراد المجتمع.
- يجب تشجيع كل نقد بناء، والرد على مختلف الانتقادات لسياسات أو خطط أو إنجازات المنظمة بصدق وصراحة وواقعية. فإن محاولة الهرب من مواجهه الآراء الانتقادية دليل على فشل برنامج العلاقات العامة.
- إن دراسة حاجات المجتمع ووضع الخطط اللازمة لأشباع هذه الحاجات، هي في حد ذاتها مواد جيدة للنشر والإعلام.
- من الأهمية بمكان ارتباط الإعلام بموضوعات تمم الجمهور والمتوقع نشرها في الوقت المناسب.
- يجب أن تصاغ المادة الإعلامية بحيث توافق مقدار الوقت والاهتمام والتفكير الذي يحتمل أن يعطيه للمادة الإعلامية الموجهة له. ذلك للدقة في اختيار والتفسير وإبراز الحقائق وتبسيطها بدون تحريف أو تشويه لها.
- يجب أن يكون برنامج العلاقات العامة من الوجهتين الواقعية بمثابة خدمة حقيقية للجمهور .

نشاط -8

جماعي-عصف ذهني

عزيزي المتدرب: اذكر من خلال ماتم شرحه ماهي مبادئ خدمة العملاء في المنظمات الحكومية .



الجلسة الثانية كيفية خدمة المستفيدين

جدول زمني للجلسات

م	الجزء الاول	الجزء الثاني
الموضوع	تطلعات تبني مفهوم خدمة العملاء في القطاع الحكومي	المعوقات وسبل التميز في أداء القطاع الخدمي الحكومي
الزمن	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 -9
50 دقيقة	عصف ذهني	✓ كيف تبني ثقافة خدمة العملاء داخل المنظمة؟
40 دقيقة	التطبيق العملي	✓ كيفية خدمة المستفيدين والمس
30 دقيقة	المحاضرة	✓ وولين من القطاع الحكومي.
90 دقيقة		✓ تطلعات تبني مفهوم خدمة العملاء في القطاع الحكومي
40 دقيقة		✓ المعوقات وسبل التميز في أداء القطاع الخدمي الحكومي.
10 دقائق		✓ العشرة المبادئ الفعالة العالمية بالعاملين في الأجهزة الحكومية.
10 دقائق		✓ فيديو تدريبي
10 دقائق		✓ نشاط-10

عنوان الجلسة : تطلعات تبني مفهوم خدمة العملاء في القطاع الحكومي

موضوعات الجلسة

- كيف تبني ثقافة خدمة العملاء داخل المنظمة؟
- كيفية خدمة المستفيدين والمسؤولين من القطاع الحكومي.
- تطلعات تبني مفهوم خدمة العملاء في القطاع الحكومي

نشاط -9-

عصف ذهني-جماعي

عزيزي المتدرب: اذكر ماتعرفه عن كيفية نشر ثقافة خدمة العملاء داخل

المنظمة .



كيف تبني ثقافة خدمة العملاء داخل المنظمة؟



جودة خدمة العملاء يمكن أن تكون مصدرا للتسويق للشركة، وعلى العكس أي عميل ساخط من المحتمل أن يخبر ما بين 9 إلى 20 شخصا في السابق أما حاليا فيمكنه أن يخبر الآلاف، إن إهمال الشركة لخدمة العملاء، يعني أنها لا تمتلك القابلية للاستماع إلى آرائهم وتتجاهل أهمية فهم احتياجاتهم، وهو ما يهدد وجود أي شركة مهما كانت قيمتها.

خالد @Khived

Follow

وش سالفتمك انتوا @PizzaHut_Saudi

6:33 AM - 15 Dec 2017

12,604 Retweets 4,003 Likes

1.7K 13K 4.0K

خالد @Khived · Dec 15

جؤ حساب بيترا يقولون احذف ب اسرع وقت ولا بتعرض للمسائل القانونية ، احذف ولا لا ؟

291 124 78

خدمة العملاء كأولوية

اعتبار خدمة العملاء أولوية هو الأساس لتحقيق النجاح في الشركة، تميل كثير من الشركات إلى الاعتقاد بشكل راسخ أن خدمة العملاء هي أكثر أهمية من أي شيء آخر في العمل، ففي ظل وجود

بيئة تنافسية كبيرة في السوق، لكسب ولاء العملاء، لن تكون هناك وسيلة أفضل من خدمة عملاء على مستوى رفيع من الإتقان والفهم.

تعتبر خدمة العملاء في شركة آبل من أقوى الأمثلة عن خدمة العملاء الممتازة لاهتمام الشركة بأدق التفاصيل في الخدمة، تمنع الشركة موظفيها من تصحيح أسماء المنتجات للعملاء إذا قاموا بنطقها بشكل خاطئ، وذلك لتجنيب العملاء أي حرج، وعندما يدخل عميل إلى أحد متاجر آبل ليتذمر أو يقدم شكوى فإن التعامل معه يكون على هذا النحو:

➤ **يتعاطف** الموظف مع العميل، ويُشعره بأنه يتفهم موقفه.

الموظف

أنه هو أيضا

بالتجربة ذاتها

مضى.

الموظف

قلقه ومخاوفه

فيما بعد لم

صحيحة في



➤ **يشرح**

للعميل

مر

فيما

➤ **يخبر**

العميل أن

اتضح أنها

تكن

الواقع.

لجعل خدمة العملاء أولوية، يجب أن تلتزم بوضع خطة لبلوغ ذلك، وتقديم ضمان لعملائك بأنهم سيتلقون خدمات معينة في وقت معين.

“العميل هو بالتأكيد ليس دائما على حق، ولكن يجب أن يشعر دائما بأنه يتم الإصغاء إليه.” داني ماير

1 – إضافة قيمة للعملاء

- يجب أن يحمل المنتج سلعةً كان أو خدمة، القيمة التي يتوقعها العملاء وأكثر.
- ضع نصب عينيك أن ترى ما تقدمه بعيون عملائك.
- لا تقدم وعودا لا يمكنك الوفاء بها.
- يجب أن تستمع إلى العملاء وأن تولي الاهتمام بما يتذمرون بشأنه.
- تقديم مقترحات وحلول للمشكلة ليس كافيا.
- يجب أن يكون معدل الرد على العملاء والاستماع إليهم قياسيا.
- العاطفة تلعب دورا كبيرا في التأثير على العملاء.

2 – فهم عملائك واحتياجاتهم، والإصغاء إليهم

الحاجة إلى فهم العميل والرغبة الملحة لبلوغ ذلك هي الخطوة الأولى لبناء ثقافة خدمة العملاء داخل أي منظمة، وهو المفتاح لتحقيق أهداف العمل الأساسية، فهم عملائك سيمنحك القدرة على التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية لهم وسيتيح لك أن تكون استباقيا ويقظا، ومتفوقا على منافسيك.

أصبح التواصل مع العملاء أكثر سهولة من أي وقت مضى، فظهور شبكات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات، وإمكانية الوصول والتفاعل مع العميل دون الحاجة إلى طرف ثالث سهلت مهمة فهم العملاء والاقتراب منهم أكثر.

تقوم بعض الشركات باستخدام تقنية متقدمة تسمى رسم خرائط رحلة العملاء؛ وهي طريقة تقوم فيها الشركات بإنشاء تمثيل بياني مفصل لرحلة العملاء.

يجب أن تدرك أنك لست بحاجة إلى فهم عملائك فقط بل إلى فهم جميع أنواع العملاء.

وفقاً لـ **Teradata** فإن 41% من المدراء التنفيذيين للتسويق يستخدمون بيانات إشراك العملاء لتعزيز استراتيجيتهم في التسويق، وبغض النظر عن الأبحاث.

3 - البحث عن فريق الأحلام



في أغسطس 2014 انخني موظفٌ عاديٌّ في إحدى محلات البقالة في فلوريدا، لكي يربط حذاء رجل مسنّ لم يتمكن من ربط الحيط بنفسه، قام أحد المتسوقين بالتقاط صورة عفوية للموظف، ونشرها على فيس بوك فحصلت أزيد من 2800 مشاركة وتلقت أكثر من 1200 تعليقا إيجابيا وآلاف الإعجابات، وكتبت عن ذلك الموقف عديدٌ من الصحف والمواقع الشهيرة من بينها الدايلي ميل، هفنتون بوست.. وغيرهما، كتبت الدايلي ميل تعليقا على الصورة في عنوان عريض: (هذا ما نسميه خدمةً ممتازة..).

تعمل الشركات على وضع استراتيجيات التوظيف الفعالة لجذب الأشخاص المناسبين الذين يدعمون رؤية الشركة، والمؤهلين تقنيا، الذين ينسجمون مع أهداف الشركة، ومهمتها وقيمها.

لا بد من تزويد موظفيك بالتدريب المستمر (ربما كل 4 أشهر)، استمع إلى اقتراحاتهم حول طرق تحسين أداء الخدمة، وتمكينهم من اتخاذ القرارات لصالح العميل .

تعتمد شركة حسوب على مركز مساعدة حسوب للتواصل مع العملاء وتوفير كافة الإرشادات والإجابة على الاستفسارات، لضمان تجربة استخدام ناجحة ومميزة.

كيفية خدمة المستفيدين والمسؤولين من القطاع الحكومي



تواجه القطاعات العامة تحديات مستمرة في تقديم خدمة عملاء للمستفيدين، ودائما ما يتم انتقادها بسبب مقارنتها مع خدمات القطاع الخاص.

وعلى الرغم مما يعرف في العالم العربي بضعف خدمات العملاء في القطاعين، إلا أن البعض لا يركز على طبيعة ما يقدمه كلا القطاعان من خدمات أو منتجات.

كيف تستطيع الحكومة وممثلوها من وزارات تقديم أفضل الخدمات وصنع تجربة مميزة للمستفيدين، ليصبح الفرع أو المنظمة الحكومية ذات جودة مسجلة في أذهان المستفيدين مثل القطاع الخاص؟ تشير كثير من الدراسات والأبحاث في مجال خدمة العملاء والتواصل بين الحكومة والفرد إلى وجود جوانب يستطيع مدير الإدارة وموظفوه التركيز عليها لتحسين أداء منظمتهم.

أولا، ما تحتاجه القطاعات الحكومية لتقديم منتجاتها وخدماتها هو صنع معرفة مشتركة بين ما هو متوفر لدى المنظمة الحكومية في خططها الاستراتيجية والتشغيلية وما يجب أن يتوقعه المستفيد منها. الموظف

في هذه القطاعات يجب أن يكون ملما جدا بهذه التوجهات ليستطيع أن يكون حلقة الوصل بين الحكومة والمستفيد.

وهذا يتضمن توضيح إجراءات الخدمات التي يقوم المركز بتقديمها المدة الزمنية لذلك. فتبقى مهمة إيصال هذه المعلومة للمستفيد ضرورة بالإضافة إلى قياس الوقت الزمني اللازم لإتمام ذلك، وذلك بالتنسيق مع الموظفين في المنظمة وموظفي الجهات ذات العلاقة. والمعرفة تتضمن أيضا علم كل مدير عن أداء موظفيه ليقاس مؤشر إنجازهم وما يتممه فريقه، حتى يستطيع معرفة كم تحتاج الخدمة من وقت لتصبح جاهزة التقديم بحسب علم المستفيد.

ثانياً، معرفة ما يريد المستفيدون دوريا والاستماع لهم، حيث يعد أحد أسرار نجاح القطاع الخاص في خدمة العملاء هو حرص صناع القرار على معرفة ما يريده العميل وما يشتكي منه لتتم معالجة الموضوع وإرضاء العميل. فالمستفيد دائما يبحث عن الخدمة السريعة والتفاعل من الموظفين لإتمام المطلوب.

وفي القطاع العام يكثر تحول هذه الرغبات إلى مشكلة حين توجد مشاكل إدارية وتنظيمية وتقنية تعوق إيصال الخدمة بالوقت المناسب، مما يؤثر أيضا في مصداقية المنظمة ورضا المستفيدين.

ثالثاً، يجب على الإدارات تعزيز الموظفين الذين يواجهون الجمهور. هؤلاء الموظفون هم مصدر الصورة العامة عن كل مكتب ومركز خدمات. فتثقيف الموظف عن طبيعة عمل المنظمة وإجراءاتها وعن دوره في عمله وأهمية هذا الدور إضافة إلى ثقافة التعامل مع العملاء ومواجهة الجمهور من أهم العناصر لإدارة سمعة المنظمة وموظفيها.

رابعاً، تعزيز قنوات التواصل الحكومي باتجاهين، حيث تعد وفرة المعلومات من الحكومة إلى المستفيد، وسهولة التواصل من المستفيد إلى الحكومة للإجابة عن الاستفسارات والوصول للمعلومات عن طريق الهاتف، والبريد الإلكتروني، ومواقع الإنترنت الرسمية، ومواقع التواصل الاجتماعية من أهم الأنشطة

المعززة والمسهلة لنجاح النقاط الثلاث الأولى، وذلك نظراً لما سيسهل ذلك من عمل الإدارات الحكومية والضغط على الموظفين بالإضافة إلى سهولة رصد هذا التواصل للاستفادة منه لقياس الأداء.

خامساً، سلاسة الإجراءات. تعد هذه من أهم المشاكل الإدارية والتنظيمية غير الملتفت إليها في الأجهزة الحكومية، والجهات التي يتم دمجها أو تفكيكها، بالإضافة إلى المعاملات التي تحتاج أن يتم التدقيق فيها من أكثر من جهة حكومية. فعدم سلاسة الإجراءات ووضوحها يكلف الكثير من الوقت والجهد والمال على المستفيدين والموظفين أيضاً.

ولحل وتطوير هذه المشكلة، تنسق الإدارات الناجحة مع بعضها البعض برسم خارطة إجراءات كل معاملة ونشرها وتوضيحها للموظف والمستفيد، بالإضافة إلى عرض الإجراءات اللازم اتباعها في كل جهة وتعميم الوقت اللازم لإنهاء كل جزء من إجراءاتها.

سادساً، التواصل الاستباقي مع المستفيدين، حيث تسعى كثير من القطاعات للتواصل العام مع المواطنين والمقيمين مثلاً في حملات التوعية الأمنية والصحية وغيرها. لينجح أثر هذا التواصل، يجب أن يكون استباقياً للحدث، حيث يدفع المستقبل للتفكير فيه والتحدث عنه مع الآخرين. كما أن هذه الرسائل يجب أن تتصف بالتخصيص الشرائحي للمجتمع، أي أن تستهدف مثلاً الآباء لتوعية أبنائهم أمنياً أو استهلاك المنزل للطاقة، أو إلى الأمهات للتوعية الصحية، أو غير المواطن للتوعية النظامية، أو الطلبة للتوعية التعليمية. كذلك يجب أن تكون الرسالة خاصة باحتوائها على وصف دقيق مثل «عزيزي المقيم، عزيزي الأم...»، وأن يكون الموضوع ذا علاقة بالمستقبل لهذه الرسالة. كذلك يفترض الأخذ بتوقيت هذه الرسائل وإلى أي مدى يجب تكرارها.

أخيراً، ألا تقف الإدارة عند أدائها ونجاحها الحالي، بل إن الإدارات التي أثبتت نجاحاً مستمراً تعمل على التقييم وقياس الجودة والتطوير بشكل مستمر، حيث لا يمكن للمنظمة الاستمرار في العمل على الأهداف السابقة ونجاحها الماضي لفترة طويلة المدى، نظراً للتغيرات السريعة التي تطرأ على التعداد

السكاني، والاقتصاد، وحجم المنظمات، وسرعة التواصل الشبكي الالكتروني بين الأفراد، وتغير حاجات المستخدمين.

تطلعات تبني مفهوم خدمة العملاء في القطاع الحكومي



ويرون جميع المسؤولين، بأنه سيسهم في تحقيق عدد من التطلعات والنتائج بإذن الله تعالى، ومن أبرزها:

▽ تحقيق الرؤية التنموية لحادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بنى عبدالعزيز -حفظه الله

ورعاه- واستجابةً لتوجيهاته الكريمة الذي يؤكد على أهمية العناية بالمواطن والمقيم والارتقاء بالخدمات المقدمة له من جميع الأجهزة الحكومية.

▽ نشر ثقافة خدمة العملاء، وتوسيع نطاق العمل به وفق أسس علمية ومفاهيم عمل صحيحة

وحديث.. لتصبح هذه الثقافة مطلب اجتماعي وفكر ممارس لجميع القائمين على الخدمة وجميع متلقي الخدمة مما يحقق الرضا المجتمعي في مملكتنا الغالية، مملكة العز والأمان.

▽ إيجاد بيئة عمل مثلى تقوم على الأداء المؤسسي المتميز والاعتناء بالعميل، تهدف تقديم

خدمات للعميل ذات سمات عالية الجودة تتجاوز توقعات العميل وبالتالي إرضائه والحصول على ثقته.

▽ إحداث نقلة نوعية قادمة في كيفية خدمة المستخدمين من القطاع الحكومي بشكل

أفضل، وذلك بتغيير الصورة النمطية في طريقة التعامل مع المراجع (العميل) من خدمات القطاع الحكومي، من خلال بناء إستراتيجيات التحول من المفهوم التقليدي للمراجع باعتباره مراجعاً ليس له الخيار إلا قبول الخدمة المقدمة له بغض النظر عن جودتها إلى بناء مفهوم حديث لبناء وظيفي لخدمات العملاء وتطبيقها في أرض الواقع.

▽ ضمان توافر أدوات وكفاءات ومعلومات وبرامج توعوية وتثقيفية بأهمية العميل طالب

الخدمة، وغرس قيم واتجاهات وسلوكيات في وجدان الكادر الوظيفي وقناعاته وتعزيزها في ممارساته

اليومية، وتحقيق الرضا الوظيفي لموظفي الخطوط الأمامية وتمكينهم من إنجاز تقديم الخدمة للعميل بأسرع وقت وأقل جهد بما يكفل راحة المواطن واحترام وقته، ويحقق له الاستفادة الكاملة من الخدمة المقدمة.

▽ **بناء وإبقاء قنوات الحوار والاتصال مع العملاء** كافة بحيث تكون مبنية على الثقة والانفتاح والشفافية، والسعي وراء رضاهم وإيجاد قيمة للعملاء.

▽ **الإنصات للمواطنين والعملاء والتعلم منهم أول وأهم مبدأ من مبادئ خدمة العملاء في جميع مستويات القطاع الحكومي**، وتحليل رغباتهم واحتياجاتهم وتوقعاتهم واستقصاء آرائهم، واعتبار العميل محور الاهتمام وشريك إستراتيجي في تطوير الخدمات التي تلي احتياجاته ورغباته وترقى لتطلعاته، من خلال وضع الخطط والبرامج وتسخير الإمكانيات المتاحة للقطاع الحكومي والتي توصله إلى تلبية هذه الحاجات والتوقعات.. لأن العميل هو الحكم الأول والأخير على تميز الجهة الحكومية وتفوقها، ورضا العميل هو المؤشر الرئيس لقوة وتميز هذه الجهة.

▽ **تبنى أفضل الممارسات وتطوير المنهجيات والأدوات والإجراءات في مجال خدمة العملاء في القطاع الحكومي** يعد تحول جذري في النظرة إلى المواطن من مطالب للخدمة إلى مستفيد وعميل له حق في المطالبة بخدمة بأرقى المستويات وبالشكل الذي يخدم الاحتياج الفعلي لكافة المواطنين بصورة إيجابية وتفاعلية.

▽ **بناء منظومة خدمة العملاء المتميزة التي تركز على البنية التحتية للجهاز الحكومي**، ووضوح السياسات والأنظمة والإجراءات، وضوابط الخدمة، والعنصر البشري والرقابة والمحاسبية.

▽ **توفر خدمة العملاء الإلكترونية لبناء أجهزة حكومية مبدعة** وريادية للخدمات الإلكترونية لتلائم جميع فئات المجتمع ومن بينهم ذوي الاحتياجات الخاصة.

▽ **توفر قيادات إدارية على مستوى عالٍ من التأهيل والمهارة والقُدوة الحسنة** قادرة على تخطي العقبات والصعوبات وجعل ثقافة خدمة العملاء جزءاً أساسياً من ثقافة الجهاز الحكومي.

▽ إيجاد بيئة تنافسية بين أجهزة القطاع الحكومية الخدمية التي تسهم في الارتقاء بواقع العمل الحكومي، ومنح جائزة خدمة العملاء للموظف المتميز والأجهزة الحكومية المتميزة في تقديم الخدمة المتميزة للعميل.

الجزء الثاني

عنوان الجلسة : المعوقات وسبل التميز في أداء القطاع الخدمي الحكومي

موضوعات الجلسة

- المعوقات وسبل التميز في أداء القطاع الخدمي الحكومي.
- العشرة المبادئ الفعّالة العالمية بالعاملين في الأجهزة الحكومية.

المعوقات وسبل التميز في أداء القطاع الخدمي الحكومي



الخدمات الحكومية المتميزة التي ترضي الجمهور المستفيد وتشبع احتياجاته وتكون محل سروره وتقديره، وترضي ضمير مقدم الخدمة وتجعله يشعر بالاعتزاز بما يقدمه مقابل ما يتقاضاه إنما هي واجب مؤكد من واجبات الموظف الحكومي في القطاعات الخدمية وغيرها من القطاعات الإنتاجية. وبتطبيق هذا المنظور والتوجه في أداء القطاعات الخدمية وغيرها في الأجهزة الحكومية نكون قد حققنا مفهوم " .. إن خير من استأجرت القوي الأمين..". كما نكون قد حققنا شيئاً من التوازن بين التنمية المادية من جانب والتنمية الذهنية والسلوكية عند الموارد البشرية من جانب آخر.

أولاً: فيما يخص الرضا عن أداء الخدمات في أجهزة الدولة:

1 . بينت الدراسة أن غالبية المسؤولين والموظفين الحكوميين راضون بشكل عام عن أداء أجهزتهم في تقديم الخدمات للجمهور.

2 . بينت الدراسة أن غالبية رجال وسيدات الأعمال (قطاع الأعمال) غير راضين بشكل عام عن أداء الأجهزة الحكومية في تقديم الخدمات المطلوبة منها.

ويعود عدم رضاهم إلى السلبيات البيروقراطية المتمثلة في:

↳ طول الإجراءات وتعقيدها.

↳ تفشي المحسوبية في تقديم بعض الخدمات.

↳ ضعف استخدام التقنية الحديثة في أداء الأعمال.

ثانياً: فيما يخص مستوى جودة الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية:

1. بينت الدراسة أن غالبية المسؤولين والموظفين التنفيذيين في أجهزة الدولة يرون توافر عناصر الجودة التالية في أجهزتهم:

- **الاهتمام** بشكاوى ومقترحات المواطنين.
- **توزيع** الموظفين بشكل مناسب مع المراجعين.
- **محاسبة** المقصرين في خدمة المراجعين.

وفي الوقت ذاته يرى هؤلاء المسؤولون والموظفون التنفيذيون ضعف توافر بعض العناصر المهمة في أجهزتهم مثل:

1. **مكافأة** المتميزين في خدمة المراجعين.
2. **استقصاء** آراء المراجعين.
3. **وجود** دورات تدريبية خاصة بالتعامل مع المراجعين.
4. **وجود** معايير لقياس جودة أداء الخدمة المقدمة للجمهور.

2. بينت الدراسة أن معظم رجال وسيدات الأعمال (قطاع الأعمال) يرون وجود بعض عناصر الجودة في تقديم الخدمات من قبل الأجهزة الحكومية مثل:

- ☒ **التعامل** باحترام مع المراجعين.
- ☒ **توافر** الموظفين المؤهلين.
- ☒ **استخدام** التقنية في تقديم الخدمات.
- ☒ **وضوح** إجراءات ورسوم الخدمات.

وفي الوقت ذاته يرى رجال وسيدات الأعمال وجود بعض السلبيات المعيقة لجودة الخدمات في أجهزة الدولة، ومنها:

✓ **المحسوبية** في تقديم الخدمات.

✓ **طول** إجراءات إنهاء الخدمة.

✓ **عدم** استقصاء آراء قطاع الأعمال في الخدمات المقدمة.

✓ **صعوبة** الحصول على المعلومات.

ثالثا: فيما يخص تقييم مستوى أداء الخدمات المقدمة من الأجهزة الحكومية:

صنفت الدراسة ما توصلت إليه حول تقييم مستوى تقديم الخدمات من قبل الأجهزة الحكومية في ثلاثة مستويات على النحو التالي:

1 - خدمات تقدم بمستوى فوق المتوسط من قبل أربعة مرافق خدمية من عينة الدراسة التي شملها الاستطلاع هي: الخدمات الهاتفية، وخدمات الجوازات، وخدمات الكهرباء، وخدمات كتابات العدل في وزارة العدل.

2 - خدمات تقدم بمستوى متوسط من قبل عشرين مرافقا خدميا حكوميا من عينة الدراسة التي شملها الاستطلاع.

3 - خدمات تقدم بمستوى دون المتوسط من قبل ثمانية مرافق خدمية حكومية من عينة الدراسة التي شملها الاستطلاع.

رابعا: فيما يخص معوقات كفاءة أداء الأجهزة الحكومية في تقديم الخدمات:

توصلت الدراسة إلى وجود مجموعة من المعوقات التي تحد من كفاءة أداء الأجهزة الحكومية، ومن أبرزها:

✚ **ضعف** التزام بعض المراجعين بالإجراءات والتعليمات.

✚ **ضعف** الربط بين الرواتب والأجور ومستويات الأداء.

ضعف الحوافز المالية والمعنوية المقدمة للموظفين.

توزيع إجراءات تقديم الخدمات بين أكثر من جهاز.

تقادم أنظمة ولوائح الخدمة المدنية.

ضعف حرية التصرف لدى الأجهزة الحكومية بما يتوافر لها من أموال لتطوير وتحديث أعمالها.

طول فترة بقاء القيادات الإدارية في مناصبها.

غياب معايير ومؤشرات قياس كفاءة الأداء في الأجهزة الحكومية.

غياب التركيز على المخرجات النهائية وجودة إنجاز العمل.

خامسا: خلصت الدراسة إلى أن أهم أساليب رفع كفاءة أداء الأجهزة الحكومية في تقديم الخدمات تتمثل في:

○ إيجاد ثقافة عامة في الأجهزة الحكومية تشجع على التجديد والتطوير.

○ تطبيق مبدأ المساءلة للمقصرين في العمل.

○ تبني مفاهيم العمل الجماعي والإدارة بالمشاركة.

○ رفع كفاءة أداء العاملين بالتدريب.

○ إدخال تقنية المعلومات والإدارة الإلكترونية في تقديم الخدمات.

ونقترح لذلك مشروعا تطويريا يشتمل على أربعة محاور رئيسية متلازمة ومتكاملة على النحو التالي:

المحور الأول: تغيير ثقافة الأداء.

المحور الثاني: تغيير عادات الأداء.

المحور الثالث: تجديد وتطوير النظم واللوائح والإجراءات.

المحور الرابع: آلية إحداث التغيير والتطوير.

وتكون الآلية فريق عمل من الجهات الخمس مسؤولة تصميم خطة عمل تنفيذية مقترحة في

المجالات التالية:

- 1) شروع اللجنة الوزارية للتنظيم الإداري بالشق المؤجل من مهمتها وهو العمل على تبسيط الإجراءات وتطوير الخدمات في أجهزة الدولة بعد أن قامت اللجنة خلال السنوات الماضية بالشق الأول المتعلق بالتنظيم على مستوى القطاعات في الجهاز الحكومي، مع إضافة عضوين من رجال الأعمال ذوي الخبرة والتميز لكل لجنة متفرعة عن اللجنة الوزارية للتنظيم الإداري للاستفادة من تجاربهم في التغيير والتطوير في القطاع الخاص.
- 2) توعية وتدريب القيادات الإدارية في الأجهزة الحكومية تجاه مفهوم وأهمية ثقافة التميز في الأداء، وتغيير عادات الأداء السالبة في منظماتهم "المحورين الأول والثاني".
- 3) زيادة تفعيل دور مجلس الشورى في تحديث وتطوير الأنظمة واللوائح في الجهاز الحكومي وبلورة آليات جديدة لذلك "المحور الثالث".
- 4) إحداث مجمعات خدمية شاملة لا مركزية في مختلف الأحياء من مدن ومحافظات المملكة حسب الاحتياج.
- 5) تفعيل المتابعة والمساءلة والثواب والعقاب فيما يخص الجودة والتميز في الأداء الخدمي الحكومي مع التركيز على السلوك الوظيفي.
- 6) تيسير الحصول على المعلومات، والتوسع في استخدام تقنية المعلومات المتقدمة والإدارة الإلكترونية من قبل أجهزة الدولة، والتوسع في التدريب والتأهيل اللازم لذلك.
- 7) استقصاء آراء المستفيدين من خدمات أجهزة الدولة الخدمية من قطاع الأعمال وغيرهم، وإيجاد معايير لقياس جودة أداء الخدمات المقدمة للجمهور من أجهزة الدولة.
- 8) تفعيل أجهزة الرقابة الإدارية والمالية وحماية المستهلك ومكافحة الغش والتزوير والرشوة.
- 9) تحديد ما يمكن خصصته من مرافق الأداء الخدمي الحكومي وتوقيت وشروط التنفيذ.

العشرة المبادئ الفعّالة العالمية بالعاملين في الأجهزة الحكومية



- 1- **خصوصية التعامل:** أن يشعر العميل أنه متميز ويعني للجهاز الحكومي الشيء الكثير.
- 2- **اللقاء الأول للعميل:** لأنه يعطي العميل الانطباع الأول عن القطاع الحكومي وموظفيه.
- 3- **تجاذب الحديث الودي مع العميل:** من خلال الحوار الودي وبناء الألفة مع العميل والابتسامة وتجنب لغة الحوار الرسمية أو المتعالية.
- 4- **المعاملة الخاصة:** من خلال التحدث بعبارات بسيطة، تُشعر العميل بأنه كل شيء يتم من أجله.
- 5- **الاهتمام بالعميل والتواصل معه** والاستماع لملاحظاته ومقترحاته حول الخدمة التي يتلقاها.
- 6- **التفكير بإيجابية** عند التعامل مع العملاء وحسن الظن بالعميل.
- 7- **التعلم المستمر:** واكتشاف أفضل طرق التميُّز في خدمة العميل، وأفضل الطرق لتطوير العلاقة مع العميل.
- 8- **الحماس والتواصل المستمر مع العميل:** من خلال تلبية متطلباته وملاحظة ما يجب وما يكره.
- 9- **تقديم الخدمة بشكل صحيح ومحاولة عدم ارتكاب الأخطاء،** وإصلاح الخطأ بسرعة في حالة وقوعه.
- 10- **ترك انطباع إيجابي في أذهان العملاء** مما يزيد من رضا العميل،



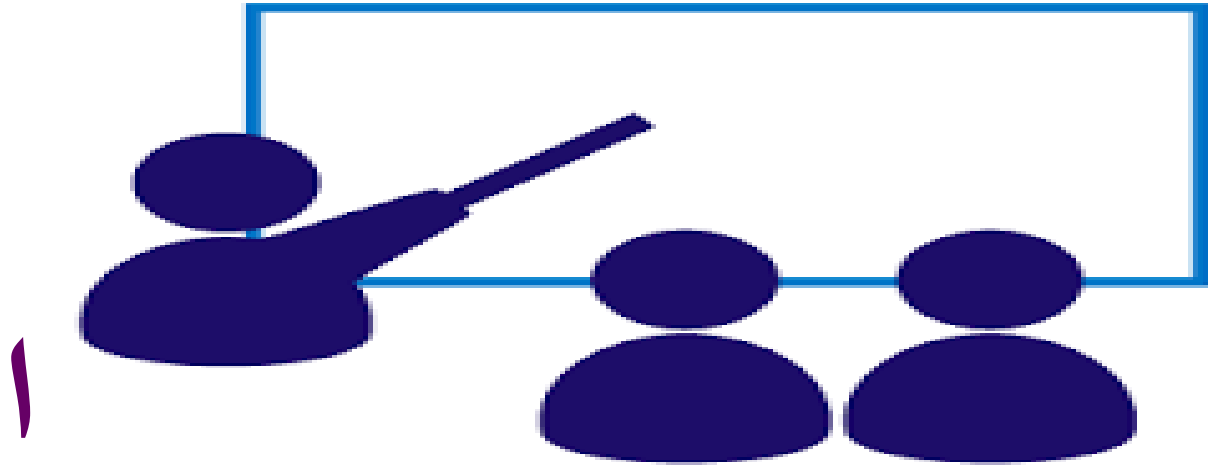
وتبقى ثقته دائمة بخدمات الجهاز الحكومي.

نشاط -10

جماعي-عصف ذهني

عزيزي المتدرب: اذكر من خلال ماتم شرحه بعض من المبادئ الفعّالة العالمية
بالعاملين.





خاتمة

كلمة ختام

لكل بدايه نهايه مهما طالت ، وها نحن قد نخط حروف نهايتنا على أرصفة هذا المحور المبارك ، الذي سعينا فيه لاستغلال وقتنا بأمر تفيدينا في ديننا ودياننا ، آملين من الله أن يكون حقق أهدافه وغاياته التي سطرت له ، مع خالص تحياتي وشكري للجميع والى اللقاء في دورات تدريبية قادمة

.....