**فن خدمة العملاء**

**برنامج فن خدمة العملاء**

**محتويات الدورة :**

**- استطلاع ما قبل الدورة .**

**- من الذين يحققون النجاح في الخدمة هم .**

**- من الذين يفشلون في خدمة العملاء هم .**

**- ماذا تعني العناية بالعملاء؟ .**

**- تعريف الخدمة المتميزة؟ .**

**- متى يتوقف العميل بالتعامل مع المنشأة؟ .**

**- كيف يكون العميل غير سعيد من التعامل معك؟ .1**

**- كيف تقاس جودة أداء الخدمة .**

**- مبادئ العناية بالعملاء :**

**\* الاستقبال .**

**\* مهارات التعامل مع الآخرين .**

**\* فهم الشخصية .**

**\* فهم الناس .**

**\* ممارسة مهارات الاتصال .**

**\* ممارسة السلوك الإيجابي .**

**- المفاهيم الأساسية للسلوك الإنساني .**

**- خصائص السلوك الإنساني .**

**- العوامل المؤثرة في السلوك الإنساني :**

**\* العوامل الوراثيـة .**

**\* العوامل البيئيـة .**

**- الإدراك وأثره على عملية الاتصال .**

**- العوامل التي تؤثر في عملية الإدراك .**

**\* أولا: الحواس .**

**\* ثانيا: خبرات الفرد .**

**\* ثالثا: البيئـة .**

**\* رابعا: الدور الاجتماعي .**

**\* خامسا: القيم الدينية .**

**\* سادسا: المستوى الثقافي .**

**- أركان وعناصر الاتصال .**

**- أشكال الاتصالات :**

**\* الاتصالات الشفهية .**

**\* الاتصالات المكتوبة .**

**\* الاتصالات المشتركة .**

**\* الاتصالات باللمس .**

**- كيف تقوم بالاتصال الفعال مع العملاء؟ .**

**- مبادئ الاتصال الجيد .**

**\* تحدث بلغة الآخرين .**

**\* استخدم الألفاظ السهلة .**

**\* المقابلة قبل الحديث .**

**\* ابتسم دائما .**

**\* أشعر من أمامك بأهميته .**

**\* كن واضحا .**

**\* ركز على الأفكار الأساسية .**

**\* أعط من أمامك الفرصة للتعبير عما يدور في خاطره .**

**\* تنبه للغة الجسد .**

**\* كن مستمعا جيدا .**

**\* لا تتهكم بمن يحدثك لاتعلق على اخطاءه الاملائيه او اللغويه .**

**- معوقات الاتصال بالآخرين :**

**\* التسرع في التقييم أو التعليق.**

**\* مقاطعة الآخرين.**

**\* الغضب عند المقاطعة.**

**\* الاستئثار بالحديث.**

**\* أسئلة الاستدراج.**

**\* التهكم والسخرية.**

**\* المجادلة.**

**- أسباب فشل الاتصال بعملاء المنشأة .**

**- كيف تجتذب اهتمام الآخرين؟ .**

**- نصائح للإصغاء الجيد .**

**- السماع والاستماع .**

**- الاتصالات الهاتفية .**

**- كيف تدير حواراً ناجحاً .**

**\* إعادة الصياغـة .**

**\* التلخيص .**

**\* الاستجابة للغة الجسد .**

**\* الاستجابة للمشاعر .**

**- أنواع العملاء :**

**\* المشاغب (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المتعجّل (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الإيجابي (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المتردّد (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* العارف (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المفكّر (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الثرثار (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الصامت (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الخجول (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المغلق (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* غير المتعاون (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المعوّق (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* اللامبالي (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المتذمّر (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* المتعالم (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الفوضوي (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الملح في الأسئلة (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**\* الودود (خصائه – كيف تتعامل معه) .**

**- معوقات الخدمات المتميزة .**

**- كيف تتصرف في مواجهة العميل .**

**- نحو خدمة جيدة للعميل .**

**- أحذر هذه الكلمات مع العميل .**

**- ماذا يحتاج العميل من الموظف :**

**\* تواجد الموظف .**

**\* مكان فسيح منظم ونظيف .**

**\* الابتسامة .**

**\* الاجتهاد في العمل وعدم تعطيله .**

**\* التنظيم .**

**\* تلبية المطالب والمساعدة .**

**\* المعاملة الحسنة .**

**\* المظهر الحسن .**

**\* وضوح وسهولة الإجراءات .**

**\* حسن الاستقبال .**

**\* أنظمة محددة وواضحة .**

**\* المنطق في الحديث .**

**\* التعاون .**

**- نظريات الدوافع .**

**- نظرية مازلو MASLOW .**

**\* الحاجة إلي الطعام والشراب والنوم (الحاجات البيولوجية) .**

**\* الحاجة للمحافظة على الوجود (الحاجة للأمن والاستقرار) .**

**\* الحاجة إلى الحب والانتماء .**

 **\* الحاجة إلى المكانة والتقدير .**

 **\* الحاجة إلى تقدير الذات .**

**تعليمات الدورة:**

1. **عناصر التقييم الحضور - المشاركة – المناقشات - الامتحانات.**
2. **الغياب حالات الغياب المتكررة سيترتب عليها الحرمان**

**من استكمال البرنامج.**

1. **المقاطعات لا يسمح بتلقي المكالمات الهاتفية أو الخروج
 من القاعة بشكل ملحوظ.**

**مدى الانطباقية**

**تنطبق هذه الدورة على الموظفين الذين يرغبون في تطوير مهاراتهم ورفع قدراتهم بالتعرف على أساليب وطرق التعامل مع العملاء والمراجعين والتميز في الخدمة التي يقدمونها.**

**الأهداف**

**\* المساهمة في إعداد موظفين مؤهلين وقادرين على القيام بالوظائف المرتبطة بخدمة العملاء.**

**\* التعرّف على طرق الاتصال الفعّالة بالعملاء.**

**\* الاطّلاع على حاجات العملاء وتلبيتها.**

**\* معرفة طرق التعامل مع العملاء.**

**المقدمة**

**- يحتاج الأمر من كل من يعمل في مجال البيع أو خدمات العملاء أن يكون لديه المهارات الكافية التي تؤهله للبيع وتقديم الخدمات بشكل مميّز.**

**- يتعامل الموظف مع كم هائل من العملاء ذوي السلوكيات المختلفة بمختلف جنسياتهم وثقافاتهم وعقولهم وتفكيرهم.**

**- لذا فإن هذا البرنامج التدريبي يعرض مهارات التعامل
مع جمهور عملاء مجموعة شركات الخريف وطرق التعامل معهم.**

**استطلاع ما قبل الدورة**

**1- ما أهمية الخدمة المميزة بالنسبة للمجموعة؟**

 **......................................................................................................................................................................................................**

**2- من هم جمهور العملاء؟**

 **......................................................................................................................................................................................................**

**3- عدد بعض أنواع العملاء في نظرك؟**

**......................................................................................................................................................................................................**

**4- ما هي عوائق الاتصال بجمهور العملاء من وجهة نظرك؟**

**......................................................................................................................................................................................................**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الفعل** | القول | **ما رأيك؟** |
| **الاستقبال** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **متطلبات العملاء** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **العميل دائماً على حق** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| الفعل | القول | **ما رأيك؟** |
| **الأسعار** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **الخدمات** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **امتنان العملاء** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| الفعل | القول | **ما رأيك؟** |
| **المنتج السيئ** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **إهمال العميل** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **الانطباع الأول** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |

**الذين يحققون النجاح في الخدمة هم:**

**......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**الذين يفشلون في خدمة العملاء هم:**

**......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**ماذا تعني العناية بالعملاء؟**

**......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**تعريف الخدمة المتميزة؟**

**\* هو الإشباع الإيجابي لما يمكن أن يبحث عنه العميل حالياً ومستقبلاً.**

# أنا كعميل… متى أحكم بأنك تقدم خدمات لي بشكل متميز؟

**\* عندما أجد تلبية فورية لما ابحث عنه عندك.**

**\* عندما لا أسمع منك وعوداً واهية.**

**\* عندما تتعامل معي بدقة.**

**\* عندما تخاطبني بما أفهم. وترشدني لما لديك من مميزات لا اعلم عنها**

**\* عندما تكون لبقاً معي في عدم تلبيتك لطلبي.**

**\* عندما يكون لديك معلومات كاملة عن طبيعة عملك وعن المنشأة التي تعمل بها.**

**\* عندما تعيرني اهتمامك بشكل أشعر به.**

**\* عندما لا تؤنبني عندما أكون خاطئ.**

**\* عندما يستمر اهتمامك بي طيلة تعاملي معك**

**\* عندما تقدم لي خدمات اضافيه دون ان اطالب بها**

**متى يتوقف العميل بالتعامل مع المنشأة؟**

**تؤكد الإحصاءات أن العملاء يوقفون التعامل مع المنشأة للأسباب التالية**

**\* 5% ترك المنطقة لضروف العمل**

**\* 15% نصيحة الصديق.**

**\* 30% التحول للمنافسين الأفضل.**

**\* 50% عدم سعادته في التعامل وعدم حصوله على العناية اللازمة.**

**كيف يكون العميل غير سعيد من التعامل معك؟**

**......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**كيف تقاس جودة أداء الخدمة**

**\* الإشراف الفعال.**

**\* المظهر.**

**\* الذوق في التعامل.**

**\* التوجيه.**

**\* مهارات الخدمة الشخصية.**

**\* قم بإنجاز العمل.**

**\* سهولة حركة العمل.**

**\* المرونة.**

**\* الاستثناء للأهم.**

**\* مدى جودة الاتصال الفعال.**

**\* رضاء العملاء.**

**مبادئ العناية بالعملاء**

**\* أن تشعر دائماً أنك الأفضل.**

**\* أن تتأكد من أنك تؤدي عملك على أكمل وجه.**

**\* أن تشعر دائماً بأنك تقدم في عملك أعلى جودة ممكنة.**

**\* أن تعتقد تماماً أن بقاء منشأتك تعتمد على وجود الناس.**

**\* أن تقدر أهمية العميل.**

**\* أن تعرف أن الربح هو الأساس لبقاء منشأتك.**

**\* ان تيقن بأن استمرار المنشأه ورفع دخلها هو استمرار لعملك ولعمل زملائك**

**الاستقبال**

**"يعني الاستقبال مقابلة كل من هو أماك بلباقة وسعة صدر"**

**والاستقبال من أول وأهم ما يجب أن يتقابل به بني البشر. والاستقبال الإيجابي له الأثر الكبير في نجاح عملية الاتصال بين الأفراد. وما نعنيه هنا هو الاتصال الإيجابي وهو الترحيب وحسن الضيافة للآخرين حيث أن للاستقبال وجهان، الأول الاستقبال الإيجابي ويعني حسن المقابلة، والاستقبال السلبي ويعني عدم مقابلة الشخص الآخر بشكل لائق.**

**ومن مزايا الاستقبال الإيجابي ما يلي:**

**\* كسر الحاجز بين المتقابلين.**

**\* تسهيل عملية الاتصال ونجاحها.**

**\* سهولة مرور المعلومة بين كل من المتقابلين.**

**\* الارتياح بين كل من المقابٍل والمقابَل.**

**\* شعور الضيف او العميل بأهميته واعطاءه ثقه كبيره بنفسه**

**متطلبات مهارات التعامل مع الآخرين**

**لكي يستطيع الفرد منا أن يتعامل مع الآخرين فإن عليه فهم وممارسة أربعة متطلبات تؤهله لذلك بفعالية**

**وهذه المهارات كالتالي:**

**فهم الشخصية .**

**فهم الناس .**

**ممارسة مهارات الاتصال .**

**ممارسة السلوك الإيجابي .**

**المفاهيم الأساسية للسلوك الإنساني**

**بماذا يعرّف السلوك الإنساني؟**

**هو مجموعة التصرفات والتعبيرات الخارجية والداخلية التي يسعى الفرد عن
طريقها إلى تحقيق التكيف والتوفيق بين وجود الإنسان ومتطلبات المجتمع الذي يعيش فيه.**

**خصائص السلوك الإنساني:**

**\* له سبب :**

**بمعنى أنه لا ينتج من العدم، فهناك سبب يؤدي إلى نشأته، فنحن
لا نستيقظ مبكرين ولا نقوم بلبس الملابس والذهاب إلى العمل إلا بسبب الوظيفة التي تتطلب منا ذلك.**

**\* يهدف إلى شئ ما :**

**يسعى إلى تحقيق غاية ما، أو إشباع حاجة ما، فالذهاب إلى العمل كل
يوم يهدف إلى تحقيق الحاجات الأساسية مثل الحصول على الراتب وتحقيق الذات.**

**\* يتنوع حسب الحاجة :**

**متغير ومتنوع بحسب المواقف التي تواجهه، مما يعني إننا قد
نتصرف بشكل ما في موقف ما وقد نتصرف بشكل مختلف في نفس الموقف وذلك حسب الحاجة وحسب الأشخاص الذين نواجههم وبحسب المزاج الذهني وقتها.**

**\* يتسم بالمرونة :**

**يتعدل ويتبدل وقفا للظروف والمواقف التي تواجهه، وهنا يستطيع الأشخاص تقديم بعض التنازلات من سلوكياتهم وذلك بحسب الحاجة والظروف التي يمرون فيها وبالتالي يتمكنون من الاتصال مع الآخرين بفعالية.**

**العوامل المؤثرة في السلوك الإنساني**

**العوامل الوراثيـة**

**هي تلك العادات والتقاليد والأعراف والأدبيات وطرق التعامل و الحركات
والأصوات و ومقدار الذكاء وطريقة الحديث التي يرثها الفرد من أمه وأبيه.**

**العوامل البيئيـة**

**وهي تلك المجموعة من العادات والتقاليد التي يكتسبها الإنسان من بيئته منذ بداية نشأته وتكوينه إلى مماته.**

**وهي مجموعة العادات والأعراف والأدبيات وطرق التعامل والحركات والأقوال والأفعال وطرق التفكير التي يكتسبها الإنسان من البيئة التي يعيش فيها.**

**الإدراك وأثره على عملية الاتصال**

**معني الإدراك:**

**هو إمكانية الإنسان على فهم الأحداث التي تدور من حوله بطريقته الخاصة بواسطة حواسه وعقله ومن ثم يقوم بالتصرف المبني على فهمه لهذه الأحداث.**

**كيف تتم عملية الإدراك؟**

**عندما يواجه الإنسان حدثا ما بواسطة إحدى حواسه الخمس، فإن هذه الحواس تحيلها إلى المخ والذي يقوم بدوره بتحليلها وفهمها بناء على المعلومات والخبرات الكامنة فيه ومن ثم يقوم بعملية فهمها وتحليلها.**

**العوامل التي تؤثر في عملية الإدراك**

**أولا: الحواس**

**ثانيا: خبرات الفرد**

**ثالثا: البيئـة**

**رابعا: الدور الاجتماعي**

**خامسا: القيم الدينية**

**سادسا: المستوى الثقافي**

**أركان وعناصر الاتصال**

**كما أن لكل شئ أركان وعناصر فإن لعملية الاتصال عدد من الأركان والعناصر، وحيث أن عملية الاتصال غدت تعرف بما يسمى، بالمرسل وأن هناك من يستقبل الرسالة, حيث لا يكون هناك رسالة صادرة، بهدف ما لهذه الرسالة، كذلك فانه من الصعوبة بمكان أن تنتقل الرسالة بين شخصين أو أكثر إلا بوجود وسيلة أخرى أو طريقة لنقلها، كذلك لن تكون هناك رسالة إلا بحدوث فعل معين.**

**وبناء عليه فإن لعملية الاتصال خمسة عناصر متى ما توفرت فإن عملية الاتصال ستتحقق بفعالة.**

**ولكي تتم عملية الاتصال لابد من توفر الأركان والعناصر التالية :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العنصر** | **المرادف** | **المرادف** |
| **المرسل** | **المتصل** | **المصدر** |
| **المرسل إليه** | **المتصل به** | **المقصد** |
| **الرسالة** | **الموضوع** | **الهدف** |
| **الوسيلة** | **الطريقة** | **القناة** |
| **الفعل** | **الحدث** | **الاتصال الفعلي** |

**أشكال الاتصالات**

**للاتصالات عدة أنواع**

**للاتصالات أشكال وأنواع عديدة ونذكر منها على سبيل المثال أربعة أنواع
منها هي:**

**الاتصالات الشفهية**

**الاتصالات المكتوبة**

**الاتصالات المشتركة**

**الاتصالات باللمس**

**وفيما يلي بعض الأمثلة على تلك الأشكال من الاتصالات :**

**بعض الأشكال المختلفة للاتصال**

**الاتصالات الشفهية :**

|  |  |
| --- | --- |
| **المقابلات** | **المخاطبات الرسمية** |
| **أخبار الراديو** | **شكاوى العملاء الشفهية** |
| **الاجتماعات** | **البيع عبر الهاتف** |
| **المؤتمرات** | **الإنذارات الشفهية** |
| **المحاضرات** | **المكالمات الهاتفية** |
| **التوجيه الوظيفي** |  |

**الاتصالات المكتوبة**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **البلاغات** | **إعلانات الصحف** | **النشرات** |
| **التقارير** | **دليل الإرشادات** | **الكتيبات** |
| **الخطابات** | **المجلات** | **الملصقات** |
| **التعميمات** | **المذكرات** | **التصريحات الكتابية** |

**الاتصالات التي تجمع بين الشفهي والمكتوب**

|  |  |
| --- | --- |
| **الأفلام** | **أشرطة الفيديو** |
| **التلفاز** | **الدائرة المغلقة** |

**كيف تقوم بالاتصال الفعال مع العملاء؟**

**\* قدرة عالية على تفهم موقف العميل.**

**\* القدرة على توصيل الفكرة باستخدام كافة الحواس.**

**\* تنمية أساليب الاتصال.**

**\* قدرة عالية على جذب الانتباه.**

**\* التعرف على الحالة النفسية للمستمع.**

**\* التعرف على قدرات العملاء وثقافتهم.**

**مبادئ الاتصال الجيد**

**للاتصال الجيد مع الناس عدد من المبادئ التي يتحتم على من يرغب في الاتصال بشكل جيد أن يأخذها في الحسبان، وهي كما يلي:**

**مبادئ الاتصال الجيد**

**\* تحدث بلغة الآخرين.**

**\* استخدم الألفاظ السهلة**

**\* المقابلة قبل الحديث**

**\* ابتسم دائما**

**\* أشعر من أمامك بأهميته**

**\* كن واضحا**

**\* ركز على الأفكار الأساسية**

**\* أعط من أمامك الفرصة للتعبير عما يدور في خاطره**

**\* تنبه للغة الجسد**

**\* كن مستمعا جيدا**

**\* لا تتهكم بمن يحدثك لاتعلق على اخطاءه الاملائيه او اللغويه**

**مبادئ الاتصال الجيد**

**1- تحدث بلغة الآخرين**

**2- استخدم الألفاظ السهلة**

**3- المقابلة قبل الحديث**

**4- ابتسم دائما**

**5- اشعر من أمامك بأهميته**

**6- كن واضحا**

**7- ركز على الأفكار الأساسية**

**8- أعط من أمامك الفرصة للتعبير عما يدور في خاطره**

**9- تنبه للغة الجسد**

**10– لاتستخدم مصطلحات او الفاظ اجنبيه الا مع من تتوقع انها يفهما
ولا تبدأ بها**

**أوضحت الدراسات أن:**

 **55% مما نتعلمه من الآخرين يأتي من لغة الجسد.**

 **38% من نبرة الصوت.**

**7% من الكلمات التي نرددها لغة الكلام**

**معوقات الاتصال بالآخرين**

**كثيراً ما تصدر منا أقوال وأفعال تؤدي إلى عزوف الطرف الآخر عن إجراء الاتصال، أو تردده أو حمله على اتخاذ موقف دفاعي في الحديث.**

**وبالرغم من صعوبة التخلص نهائياً من معوقات الاتصال هذه ، إلا أن التقليل منها أو استبعادها إلى حد ما أمر مرغوب فيه لتيسير عملية الاتصالات وزيادة فعاليتها. ولكي تتحقق الأهداف المرجوة منها فنستعرض أهم هذه المعوقات ضرراً وذلك كما يلي:**

**\* التسرع في التقييم أو التعليق.**

**\* مقاطعة الآخرين.**

**\* الغضب عند المقاطعة.**

**\* الاستئثار بالحديث.**

**\* أسئلة الاستدراج.**

**\* التهكم والسخرية.**

**\* المجادلة.**

**والشكل التالي يبين الفرق بين المجادلة والمناقشة.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| المناقشة |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **المجادلة** |  | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |

**أسباب فشل الاتصال بعملاء المنشأة**

**......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**كيف تجتذب اهتمام الآخرين؟**

|  |  |
| --- | --- |
| **-** | **قم بمناداة الآخرين بالأسماء التي يحبون أن يسمعوها.** |
| **-** | **استخدم لغة الجسد بشكل فعال لتسترعي اهتمام الآخرين.**  |
| **-** | **استخدم نبرات الصوت بشكل فعال (ارتفاع الصوت وخفضه، سرعة الكلام وبطئه) وذلك بحسب الحديث.**  |
| **-** | **أجعل السامعين يشتركون معك في الوصول إلى ما تريد من خلال طرح الأسئلة، الصمت الوجيز، أجب أنت على الأسئلة.** |
| **-** | **استخدم أسلوب التشويق في الحديث وذلك كالبدء بتساؤل وطرح الاعتراضات والإجابة عليها.** |
| **-** | **حافظ على النظر المستمر في عيون محدثيك.** |
| **-** | **اقترب من السامعين لأكبر مسافة ممكنة.** |
| **-** | **كن ثابتا أثناء الحديث، أعط لنفسك الثقة.** |
| **-** | **استخدم القصص والحكايات التي حدثت لك أو لغيرك.** |
| **-** | **لا تنسى الفكاهة والمرح عند الحديث.** |

**نصائح للإصغاء الجيد**

**من آداب الحديث والتي تعتبر أحد عناصر الحديث الفعال هو الإصغاء. يجب على المستمع الجيد أن تكون لديه القدرة على الإصغاء إلى المتحدث، وكما قلنا سابق فان إحساس المتحدث بأنك توليه الانتباه والاهتمام الكافيين وتستمع لما يقول فهدا يعني له الكثير. ومن ضمن ما يعني له هو أنك تهتم بما يقوله ولهذا دور فعال في حسن حديثه حيث أن إحساس المتحدث بأن هناك من يستمع إليه يساعده على حسن الحديث والاهتمام به وترتيبه.**

**ومن النصائح التي نطرحها هنا للمستمعين ما يلي:**

**\* أبدي اهتماما بما يقوله المتحدث.**

**\* أبذل جهدا لمتابعة واستيعاب ما يقوله.**

**\* تفهم موقف المتحدث.**

**\* أشرح وجهة نظرك في الوقت المناسب.**

**\* أصمت إن لم تكن تعرف الإجابة.**

**\* تعاطف مع المتحدث.**

**\* كن صبورا.**

**\* لا تقاطع إلا عند الحاجة.**

**\* لا تصدر أي أحكام.**

**\* لا تطرح رأيك إلا إذا سئلت.**

**\* لا تظهر الغضب والانفعال.**

**\* لا تقاطع المتحدث.**

**\* كن دبلوماسيا عند النقد.**

**السماع والاستماع**

**ترد إلينا كثير من الأسماء المتشابهة في اللفظ ولكنها مختلفة في المعنى.
وعلى سبيل المثال لا الحصر:**

|  |  |
| --- | --- |
| **ذاكر** | **استذكر** |
| **قتال** | **اقتتال** |
| **صبر** | **اصطبار** |
| **إنكار** | **استنكار** |
| **سماع** | **استماع** |

**وتعنى الكلمات التي على اليمين الاسم بصورته العادية أما الكلمات التي على اليسار فتعني تأكيد الفعل. فالقتال هو قتال بمعناه الذي نفهمه أما اقتتال فتعني كثرة القتال وقوته.**

**وعليه فيعني السماع سماع كافة الكلمات والأصوات الخارجة من المتحدث. ففي الشارع نحن نسمع كافة الأصوات من حولنا، نسمع صوت منبهات السيارات والآلات ومناداة الأشخاص لبعضهم البعض ….. وتكسر الزجاج. وأثناء جلوسنا في السيارة فنحن نسمع كل الأصوات التي من حولنا إلا أننا نستمع لمن يجلس بجانبنا في المقعد المجاور في السيارة، وكذلك فإن الاستماع (والذي يعني الإصغاء أو الإنصات أيضا) فيتضمن السماع والتركيز والفهم والتحليل …. الخ.**

**الاتصال الهاتفي**

**هل يصلح الاتصال الهاتفي؟ ولماذا؟**

**ما هي أسس الاتصال الهاتفي الجيد؟**

**أسس الاتصال الهاتفي**

**\* قم بالرد على الهاتف بحد أقصى ثلاث رنات.**

**\* قم بتحية المتحدث.**

**\* قل له اسمك.**

**\* أسأل العميل عن كيفية مساعدته.**

**\* لا تدع العميل على الانتظار إلا بعد الاستئذان وتوضيح مدة الانتظار التقريبي وأشكره على قبول ذلك.**

**\* عند تحويل المكالمة إلى شخص آخر أخبر العميل عن سبب ذلك
وأسم المحول إليه وتابع عملية التحويل.**

**\* خذ رسالة من العميل عند عدم تواجد الشخص المطلوب وتأكد من وصول هذه الرسالة واضحة.**

**كيف تدير حواراً ناجحاً**

**للتحاور والنقاش بين الناس أدبيات ومهارات، فمن خلالها يتمكن الطرفان**

**– المتحدث والمتحدث إليه – من إيصال رسالتهما إلى بعضهما البعض. فبإعادة الصياغة، والتلخيص والانتباه للغة الجسد والانتباه إلى مشاعر الآخرين لها أكبر الأثر في حسن الحوار ووصول المعلومة والتفاعل الناجح بين طرفي الاتصال.**

**1- إعادة الصياغـة**

**2 - التلخيص**

**3- الاستجابة للغة الجسد**

**4 – الاستجابة للمشاعر**

أنواع العملاء

**أنواع العملاء**

العميل الخارجي

* وهو كل من تقدم له خدماتك ومنتجاتك، ويقع خارج نطاق المنشأة.

العميل الداخلي

* وهو كل من تقدم له خدماتك ومنتجاتك، ويقع داخل نطاق المنشأة.

**عملاء المنشأة**

هو ذلك الفرد الذي يحتاج إلى خدمات تقدمها له المنشأة.

الفروق الفردية بين العملاء وكيفية مراعاتها

\* حيث أننا بصدد التعرف على أنواع الشخصيات الإنسانية، فانه من الأهمية
بمكان أن نتذكر أننا نتعامل مع الشخصية الإنسانية والتي تحوي تحت طياتها العديد من الأفكار والآراء والمزاجات. فقد تحمل شخصية واحدة عدة صفات في نفس الوقت وقد تتقلب وتتبدل إلى شخصية أخرى من وقت إلى آخر وذلك حسب حالتها النفسية ومزاجها. فنحن هنا لا نتعامل مع أجهزة أو أدوات يمكن قراءة دليلها الإرشادي والتعامل معها على أساس ذلك. لذا يجب التنبه إلى هذا الأمر والفطنة له.

\* يجب على الموظف التعرف على الفروق الفردية بين العملاء وحاجاتهم ومقدرتهم على استيعاب وفهم الأمور.

**أنواع العملاء**

**\* المشاغب \* المتعجّل**

**\* الإيجابي \* المتردّد**

**\* العارف \* المفكّر**

**\* الثرثار \* الصامت**

**\* الخجول \* المغلق**

**\* غير المتعاون \* المعوّق**

**\* اللامبالي \* المتذمّر**

**\* المتعالم \* الفوضوي**

**\* الملح في الأسئلة \* الودود**

# المشاغب

**يثير المشاكل قدر المستطاع، لا يهدأ له بال إلا إذا ظهرت المشاكل، كأنه يستمتع بها ! يتلذذ في إثارة البلبلة.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* تمالك نفسك.**

**\* لا تدخل معه في مناقشات غير مجدية.**

**\* لا تجعل من الخلاف قضيّة شخصيّة.**

**\* حاول أن تكسبه لصفّك.**

# المتعالم

**يحسب أنه الأكثر علماً وقد لا يكون كذلك، لا يعجبه ما يقوله الآخرون،**

 **يحب أن يتحدث في كل شئ وعن كل شيء.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* لا تدعه يسيطر على المناقشة.**

**\* إذا طرح رأياً أو فكرة فاطلب منه تحديد الأسباب.**

**\* حاول أن تطالبه دائما بالتفسير العلمي لما يقول.**

# الثرثار

**كثير الكلام، مرح، يميل إلى النكتة، يستطيع أن يضيّع وقتك بسهولة**

 **إن لم تتصرف معه بلباقة.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* أعطه الوقت للتحدث عما يريد.**

**\* اشكره على اقتراحاته وآراءه.**

**\* أشعره بالإحساس أن رأيك من رأيه.**

**\* قاطعه بلباقة.**

**\* استمع له فقد يأتي بمعلومات جديدة.**

# الخجول

**لا يستطيع أن يعبر عما يدور في خاطره، يتجنب المواجهة،**

**لا تستطيع أن تعرف ما ذا يريد بسهولة.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* أسأله عن حاجته.**

**\* شجّعه على إبداء رأيه.**

**\* أخدمه دون أن يطلب منك ذلك.**

# العارف

**يعرف ماذا يريد، لا يحب كثرة الكلام، يعرف ماذا ومتى وكيف يقول،**

 **لا يتكلم إلا فيما يعرف.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* لا تنتقده.**

**\* أصبر عليه.**

**\* لا تسمح له بالخروج عن الموضوع.**

# الملح في الأسئلة

**كثير الأسئلة، لا يهدأ له بال حتى يشغلك بأسئلته، يسأل في كل شيء وعن كل شيء، يعرف الإجابة لكنه يسأل أيضاً.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* كن صبوراً معه.**

**\* أطلب منه أن يجيب هو على أسئلته.**

**\* أطلب منه إعطاء آراءه الخاصة.**

**\* يحاول إحراجك باستمرار فتمالك نفسك وأحسن إليه.**

# المتعجّل

**يبدو أنه دائماً ما يكون نافذ الصبر، مستعجل، يقاطعك في الحديث، يغيرّ رأيه بسرعة، يحاول أن يعيقك عن العمل.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* تعامل معه بسرعة**

**\* ابتعد عن تفاصيل الموضوع**

**\* شجعه على اتخاذ القرار**

**\* سيطر أنت على الحديث**

**\* كن لطيفاً معه**

# المتردّد

**يكره أن يتخذ القرار بنفسه، يثور بسرعة، غير متأكد، يتردد في حديثه وسلوكه،**

**لا يستقر على رأي واحد.**

**كيف تتعامل معه؟**

**\* كن حازماً معه.**

**\* حثه على التركيز بطريقة غير مباشرة.**

**\* اعرض ما لديك مستخدماً البراهين لكي تقنعه.**

**\* اشكره على اهتمامه لحديثك.**

# المفكّر

**يبدو هادئاً، جاداًً، لا يتعجّل في حديثه أو تصرفاته، يصغي باهتمام، يتفحّص**

**ويفكّر في كل كلمة تقولها.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* لا تتحدث معه فيما لا تعرف.

### \* وضّح له المميزات والفوائد من فكرتك التي تعرضها.

### \* تحدث معه بحرص وجدية.

### \* استخدم البيانات والأمثلة الحقيقية والصحيحة.

# الصامت

**يستمع دون أن يتكلّم، غالباً ما يكون صامتاً، لا يبدي أي تصرف، لا يعبّر عما يدور في ذهنه، يتأثر كثيراً بالبراهين والحقائق.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* بادر بسؤاله عمّا يريد.

### \* أشرح له مزايا ما تقدّمه له من خدمة.

### \* عامله باحترام ووقار.

# المغلق

**يتشبّث برأيه بشدّة، يقتنع برأي واحد فقط، لا يرى سبباً للتغيير.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* تفهّم سبب ثباته على رأيه.

### \* حاول اكتشاف أسباب عدم رضاه.

### \* ركّز على كيفيّة تقديم أفضل خدمة يمكن تقديمها له.

### \* استخدم الحقائق والأرقام في الحديث.

# المعوّق

**يفكّر في موضوعات أخرى أثناء تحدثك معه، ثم يعود فيستفسر عمّا قلت،**

 **يحتاج إلى وقت كاف للوصول إلى قرار معيّن، استفساراته كثيرة ومتكررة.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* حاول اكتشاف السبب الحقيقي لتأجيله اتخاذ القرار.

### \* حاول أن تسلك الطريق الذي يحقق استجابته الإيجابية.

### \* حاول إقناعه بفوائد اتخاذ القرار بسرعة.

# المتذمّر

**يهاجمك حالما يراك أمامه، يهاجم المنشأة وما تقدمه من سلع وخدمات،**

 **لا يعجبه شئ، مزعج.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* حاول تهدئته واكتشاف مشكلته الحقيقية.

### \* حاول أن تقلّل من غضبه ومقاومته.

### \* استوضحه عمّا يريده بالضبط.

### \* ساعده في الحل قدر استطاعتك.

### \* قّدم خدمات له بصفة شخصيّة.

# الإيجابي

**هو إنسان جاد بنّاء في تفكيره، معقول في تعليقاته واعتراضه،**

**يصغي ويقترح، مفاوض جيّد عادل وواقعي.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* استفد من تفكيره الإيجابي.

### \* تعامل معه بحسن تصرّف.

### \* شجّعه على تقديم الأفكار البنّاءة.

### \* اهتم بأفكاره.

# الودود

**مرح، سهل المقابلة، يتقبّل النصيحة، يصغي لك ولا يستأثر بالحديث.**

**كيفيّة التعامل معه؟**

### \* حدّثه عن موضوعات عامة.

### \* كن لبقاً عند تغيير مجرى الحديث.

### \* انتقل بالحديث إلى الموضوع الأساسي.

# معوقات الخدمات المتميزة

### \* عدم التعرف على توقعات العملاء.

### \* مقاييس خدمات خاطئة.

### \* سوء معيار الأداء.

### \* عدم الوفاء بالوعود التي قدمتها المنشأة.

# كيف تتصرف في مواجهة العميل

### \* اكسب العميل في صفك دائماً.

### \* اسأل العميل عن حاجته.

### \* كن رهن إشارته.

# نحو خدمة جيدة للعميل

### \* أخلق مناخاً يتميز بالرضاء والصداقة.

### \* أنصت لعميلك بشكل واضح لكي تحصل على المعلومات التي تريدها منه.

### \* أكد وكرر حتى تفهم وجهة نظر عميلك.

### \* اجعل استجابتك من مفهوم أنني أتفانى في خدمتك أيها العميل.

### \* أتفق مع العميل على الخدمات التي ستقدمها له.

### \* قدم خدماتك بتميز وقم بتنفيذ وعودك للعميل بالكامل.

### \* تابع عميلك وتأكد من رضاه.

# أحذر هذه الكلمات مع العميل

### \* أي خدمة.

### \* مع احترامي لحضرتك إلا أن ….

### \* أنا لا أتفق معك في ذلك.

### \* تكرار كلمة مشكلة.

### \* هذا تصرف غبي.

### \* لا أصدقك.

### \* أنت غلطان.

### \* ماذا تعني بذلك.

### \* لدي أحسن من هذه الفكرة.

**ماذا يحتاج العميل من الموظف**

### تواجد الموظف

### مكان فسيح منظم ونظيف

### الابتسامة

### الاجتهاد في العمل وعدم تعطيله

### التنظيم

### تلبية المطالب والمساعدة

### المعاملة الحسنة

### المظهر الحسن

### وضوح وسهولة الإجراءات

### حسن الاستقبال

### أنظمة محددة وواضحة

### المنطق في الحديث

### التعاون

# نظريات الدوافع

### برزت في مجال العلوم السلوكية العديد من النظريات ومنها نظرية مازلو والتي أثبتت مصداقيتها في مجال الإدارة الصناعية والمجال التنظيمي.

 **نظرية مازلو MASLOW**

### حول منتصف القرن الحالي قدم أبرا هام مازلو للفكر السلوكي نظرية متكاملة لتفسير دوافع MOTIVATION الإنسان في الحياة العامة وفي مجال العلاقات التنظيمية تستند على دوافع الحاجات الإنسانية كما حدد لهذه الدوافع ستة احتياجات رئيسية يتم تقويمها لدى الإنسان وتعمل كمحركات قوية لدفع سلوكه في الحياة والعمل. وهي كالتالي:

### 1- الحاجة إلي الطعام والشراب والنوم (الحاجات البيولوجية)

### 2- الحاجة للمحافظة على الوجود (الحاجة للأمن والاستقرار)

### 3- الحاجة إلى الحب والانتماء

### 4- الحاجة إلى المكانة والتقدير

### 5- الحاجة إلى تقدير الذات

**وهذه الحاجات ترتكز على هرم متدرج من أدنى إلى أعلى
(من المستوى البيولوجي المتدني إلى رقي الحاجات الاجتماعية في أعلي صورها) وتصلح هذه النظرية لتفسير السلوك الإنساني برمته من الطفولة والرشد
وحتى النضوج.**