خدمة العملاء

تعريف خدمة العملاء

- يجب أولًا تعريف المصطلحين بشكل منفصل
  - الخدمة
    - وتعرف على أنها هي النشاط غير الملموس الذي يهدف أساسًا إلى إشباع رغبات ومتطلبات العملاء
  - العميل
    - هو المستخدم النهائي لخدمات المؤسسة، وتتأثر قراراته بعوامل داخلية مثل الشخصية والمعتقدات والأساليب والدوافع والذاكرة، وبعوامل خارجية مثل الموارد وتأثيرات العائلة والأصدقاء، وقد يكون العملاء أفرادًا أو منظمات
- تعرف بأنها جميع التفاعلات بين العميل ومقدم المنتج في وقت البيع وبعده، وتضيف خدمة العملاء قيمة للمنتج كما تقوم ببناء علاقة دائمة مع العملاء.
  وهي عملية الاهتمام باحتياجات العملاء من خلال التقديم والتزويد بخدمات ومساعدات مهنية ومفيدة وعالية الجودة قبل وأثناء وبعد استيفاء متطلبات العميل.
  ومما سبق يمكن تعريف خدمة العملاء بأنها عملية الاتصال الدائم والمستمر مع كل عملاء المؤسسة للتعرف على احتياجاتهم ورغباتهم وكذلك آرائهم وتطلعاتهم، والسعي لتلبية كل متطلباتهم لنيل رضاهم والمحافظة عليهم حتى تخلق صفة الولاء لديهم، وتعتبر خدمة العملاء واجب على كل العاملين في المؤسسة ولا تقتصر على فئة محددة منه

أين يذهب الناس أو العملاء؟

- 5% من العملاء ينتقلون إلى مكان آخر
- 9% غير راض بوجه عام
- 14% غير مسرور من المنتج عمومًا
- 68% بسبب سوء الخدمة

المهارات الأساسية لخدمة العملاء (وكيفية تطوير هذه المهارات)

- كيفية تطوير التعاطف
  - اقض وقتًا مع أشخاص مختلفين عنك، قد تكون لديك الفرصة لتفعل ذلك كل يوم، بدءًا بالتحدث إلى نادل في المقهى الذي ترتاده، وصولًا إلى التعرف أكثر على أشخاص يعملون ضمن فريق آخر في العمل
  - التعاطف:
    يتم الحديث عن التعاطف كثيرًا في دورات ومقالات الدعم الفني، ولسبب وجيه، فقد تكون أهم مهارات خدمة العملاء التي ينبغي تطويرها، لتساعد العملاء على أن يكونوا سعداء وناجحين، من الضروري أن تفهم ما الذي تعنيه السعادة والنجاح بالنسبة إليهم. ولتفعل ذلك، يجب أن تضع نفسك مكانهم
- كيفية تطوير الإيجابية
  - إن تطوير الإيجابية أمر بسيط، حيث يكفي أن تستبدل كلماتك السلبية بأخرى إيجابية. في المنشور الذي شاركته Carolyn Kopprasch في منصب رئيس قسم Buffer التي تعمل في السعادة، هنالك بعض الأمثلة الرائعة عن توقفها عن استخدام "في الواقع" و "لكن" في رسائل خدمة العملاء التي ترسلها
  - الإيجابية
    لا يشير هذا النوع من الإيجابية بالضرورة إلى نظرتك للحياة، وإنما إلى اللغة التي تستخدمها. ولكي نفهم قوة اللغة الإيجابية، لنلقي نظرة على استخدام اللغة السلبية
- كيفية تطوير الصبر
  - في مجلة علم النفس اليوم Jane Bolton نشرت Psychology Today أربع نصائح رائعة:
    افهم طبيعة إدمان الغضب، والانزعاج، والحنق، فكلما ازداد إحساسك بهذه المشاعر، ازدادت إمكانية أن تشعر بها باستمرار، وعندما تفهم ذلك، تتضح أهمية أن تكون أكثر صبرًا.
    حسن موقفك من الانزعاج والألم، وحين تشعر أن صبرك بدأ ينفذ في المواقف المزعجة مع العملاء، ذكر نفسك أن الأمر مزعج فقط، وليس أمرًا لا يمكن تحمله
    انتبه متى يبدأ الانزعاج/ الألم، واعثر على الإشارات التي تجعلك تفقد أعصابك. وبهذه الطريقة، يمكنك تصحيح المسار قبل فوات الأوان.
    تحكم بحديثك مع نفسك، فالأشياء التي نقولها لأنفسنا لها قدرة خارقة على أن تتحول إلى حقيقة، سواء كانت إيجابية أم سلبية. وعندما تقول "هذا العميل بدأ يزعجني فعلًا"، بدلًا من أن تقول مثلًا "هذا موقف صعب، لكنني سأحافظ على هدوئي وأبذل كل ما في وسعي لحل المشكلة"، فقد يؤثر ذلك بشكل كبير على ما سوف يتحول إلى حقيقة
  - الصبر
    لا تعد خدمة العملاء عملًا سهلًا، وقد يغضب العملاء منك أحيانًا، أو يحتاجون إلى مزيد من الاهتمام لفهم الأشياء، وأسوأ شيء يمكن أن تفعله في هذه الحالات هو أن تفقد أعصابك.
    يساعدك الصبر على تقديم خدمة أفضل، كما أظهرت إحدى الدراسات التي تم إجرائها في جامعة تورنتو أن فقدان الصبر يعيق قدرتكعلى الاستمتاع بالحياة، ويجعل أداءك للأشياء الصعبة أسوأ، كالقيام بخدمة العملاء بشكل رائع
- كيفية تطوير وضوح التواصل
  - من النصائح التي أجدها مفيدة للغاية، خاصة عندما تشرح شيئًا تقنيًا لشخص آخر، وهي أن تفكر بكيفية شرح التعليمات لطفل في الخامسة من العمر، لكن هنالك تحذير واضح مع هذه النصيحة، احترم العملاء ولا تعاملهم على أنهم أطفال فعلًا، فالأمر يتعلق باستخدام لغة سهلة الفهم.
    أنصحك بالاطلاع على)الشرحها وكأني في الخامسة(، وهو من وفيه (subreddit)) يسمونه Reddit الأقسام الفرعية في موقع يحلل الخبراء المواضيع المعقدة ويشرحونها كما لو أن القراء في الخامسة من العمر. مثال على ذلك، إليك كيف يشرح أحد Google، AOL، المستخدمين الفرق بين البريد الإلكتروني الموقع الإلكتروني، ومتصفحات الويب. وهو ملخص رائع يمكن فهمه بسهولة إذا لم يكن أحدهم يفهم ماهية هذه الأشياء
  - وضوح التواصل .
    الوضوح أمر ضروري لجعل العميل يشعر بالرضا، كما أنه قد يحدث تأثيرًا كبيرًا على دخلك الصافي. ماذا يحدث لو استطعت إنقاص الرسائل الإلكترونية التي ترسلها بمقدار رسالة واحدة في كل تفاعل مع العميل (من خلال الدعم الفني)، بحيث لا تحتاج إلى توضيح أي شيء لم يفهمه العميل من المرة الأولى؟
    بالحد الأدنى) إذا كنت تعالج 300 تذكرة دعم فني في الأسبوع فذلك ينقص عدد الرسائل ،(الاعتيادي Groove بالنسبة لعميل الإلكتروني التي ترسلها في السنة 15.600 رسالة، وعلى الرغم من أن هذا المثال قد يكون مبالغًا فيه إلى حد ما، إلا أنه حتى وإن استطعت تخفيض عدد ما ترسله من رسائل بمعدل 0.25 رسالة مع كل عميل، وهو أمر معقول للغاية، فإن عدد الرسائل الإلكترونية التي ترسلها في السنة سينقص 3.900 رسالة. ولا يمكن الاستهانة بهذه النتيجة، فهي سبب وجيه للتواصل مع العملاء بشكل واضح للغاية
- التحسين المستمر
  يمكن أن أثبت لك أن هذه المهارات سوف تساعدك على تقديم دعم أفضل للعملاء، لكن يجب أن تقيس أداءك لترى الدليل بنفسك في شركتك.
  أن يكون العمل موجهًا بالمقاييس هو الطريقة الوحيدة لتعرف على وجه اليقين تأثير جهودك التي تبذلها لتطوير مهارات أفضل من أجل الخدمة التي تقدمها، كما أنه مهارة لا تقدر بثمن من مهارات خدمة العملاء
- مهارات حل المشكلات
  لا يستطيع العملاء تشخيص كافة مشاكلهم ذاتيًا وبطريقة صحيحة، وغالبًا ما يبادر فريق الدعم في إعادة طرح المشكلة قبل البحث عن الحلول، لذا يحتاج فريق خدمة العملاء إلى التنبؤ بالمشكلة، وتخمين الهدف الذي أراد العميل الوصول إليه لكنه لم ينجح في مسعاه.
  إليكم مثالًا بسيطًا: إذا أرسل أحد العملاء طلبًا لإعادة ضبط كلمة مرور حسابه مثلًا، فمن الواضح أنه يواجه مشكلة في عملية تسجيل الدخول.
  يساعد التفاعل الجيد مع خدمة العملاء في توقع حاجة العميل، وقد يتجاوز هذا الهدف عبر إعادة تعيين كلمة المرور يدويًا وتوفير معلومات الحساب الجديدة للعميل، بالتزامن مع تعليم العميل كيفية أداء هذه الأمور بدون مساعدة.
  في حالات أخرى، قد يدرك الموظف الخبير في حل المشكلات كيفية توفير النصائح الوقائية أو الحلول التي لا يدرك العملاء وجودها أساسًا
- الانتباه واليقظة
  تعد القدرة على الإصغاء الحقيقي ميزة ضرورية جدًا لتوفير أفضل أشكال خدمة العملاء، وأسباب أهميتها متعددة كذلك، فالانتباه لتجارب العملاء الفردية ضرورة لا بد منها، ولا تزيد أهميتها عن ضرورة الاكتراث بردود العملاء التي تتلقاها الشركة عمومًا. فقد يشعر العملاء مثلًا بأن تصميم لوحة التحكم الرئيسية في موقعك سيئ التنسيق، كما قد لا يخبرك العملاء بهذه المشكلة مباشرة، ولن يخبروك بضرورة تحسين تجربة المستخدم، وقد يعبر عن المشكلة بعبارات أخرى، مثل: "لا أستطيع العثور على ميزة البحث"، أو "أين أعثر على الوظيفة الفلانية؟"".
  عليك التيقظ والانتباه لما يشعر به العميل والمشاكل التي تواجهه، ولا تنتظر أن يخبرك بها مباشرة.
- مهارات الكتابة
  تشير الكتابة الجيدة إلى قدرتك على تقديم أقرب وصف للواقع بأقل عدد من الكلمات، فلا حاجة أبدًا إلى المبالغة والإطناب، وتعد الكتابة الجيدة إحدى أكثر المهارات تجاهلًا عند توظيف أعضاء فريق خدمة العملاء، لكنها واحدة من المهارات بالغة الأهمية لهذا الفريق.
  تتطلب الكتابة قدرة فريدة على إحداث الفروقات الدقيقة، على عكس اللقاء الشخصي وجهًا لوجه، أو حتى التواصل صوتيًا، حيث تحدث صياغة العبارات والجمل فرقًا كبيرًا في تحقيق الانطباع المطلوب لدى العميل، فتبدو عبارة "عليك تسجيل الخروج أولًا" عبارة جامدة، بينما تبدو عبارة "يساعد تسجيل الخروج في حل المشكلة فوريًا!" أكثر تعاطفًا واهتمامًا بالعميل.
  لا يمكنك الاستغناء عن مهارات الكتابة، حتى لو كان التواصل بين العميل والفريق هاتفيًا بالدرجة الأولى، حيث تمكن مهارات الكتابة فريق الدعم من إنشاء وثائق داخلية متكاملة، وتدل على الموظف الذي يملك قدرة التفكير والتواصل بوضوح

أنواع خدمات العملاء

- الخدمة الباردة: تمتاز هذه الخدمة بإجراءات سيئة في تقديمها، تشمل تعاملات غير جيدة مع العملاء تتمثل في وجود سلوكيات ومواقف غير مناسبة تجاههم، فالجانب الإجرائي تمتاز الخدمة فيه بأنها غير متناسقة وغير منظمة
- الخدمة المصطنعة: تمتاز هذه الخدمة بأنها تأتي في الوقت المناسب والخدمة متناسقة وموحدة للجميع، وغير شفافة في الجانب الشخصي ومتحفظة وغير مرغوبة
- الخدمة المميزة: تمتاز هذه الخدمة بأنها ذات مستوى مرتفع في الجانب الشخصي كالمهارة والبراعة في الأداء وجذابة ومرغوبة لدى العملاء، كما تمتاز بارتفاع مستواها في الجانب الإجرائي، إذ تأتي في الوقت المناسب متناسقة وموحدة

المفاتيح الثمانية لخدمة العملاء المميزة

- الاعتقاد
  الاعتقاد في نفسك وفي قدراتك وإمكانياتك، يعني ذلك اقتناعك بقدراتك وهذا مهم جدًا لأن هذا يعطيك ثقة كبيرة بنفسك.
  الاعتقاد في المنتَج أو الخدمة يعني أن تكون مقتنعًا بالمنتَج والخدمات التي تقدمها.
  الاعتقاد في المؤسسة أو الشركة التي تعمل بها أن تكون راضيًا عن عملك وعن المكان الذي تعمل به
- السمات (الأخلاق)
  في مجال خدمة العملاء، تعتبر السمات الشخصية والأخلاقية للعاملين أمرًا بالغ الأهمية. من الضروري أن تتميز بشخصية إيجابية وجذابة لأنك تمثل الواجهة الأمامية للشركة في تعاملها مع العملاء
- العناية بالعميل
  حيث يجب أن تعطي العملاء اهتمامًا وتعتني بهم جيدًا، فخدمة العملاء تكون فيها مثل الطبيب النفسي حيث أنك تتعامل مع الناس وتحل مشكلاتهم وتوصلهم إلى الراحة النفسية، فالعناية بالناس مهمة جدًا جدًا لنجاح عملك فالشخص الذي يأتي إليك يبحث عن الاطمئنان والراحة
- فن التواصل
  الاتصال الداخلي: وهو أن تعرف كيف تتعامل مع نفسك
  الاتصال الخارجي: وهو أن تعرف كيف تتعامل مع الناس
  إن أعلى درجة في الاتصال هي التوافق أي الألفة، حيث تستطيع تحويل الاختلاف إلى ألفة. إذا أصبح لديك فن الاتصال بالآخرين فهذا يعني أنك قد وصلت إلى مرحلة عالية جدًا من فهم الشخصيات بمعنى أنك قد فهمت شخصيتك وفهمت شخصيات الآخرين وتتعامل بمرونة تامة
- المهارة
  يجب أن يكون لديك مهارة في الخدمة التي تقدمها، حيث يجب أن تعرف كيفية تقديم الخدمة وطريقة تقديمها
  الفرق بين المعرفة والفعل والمهارة
  المعرفة: أن تعرف المعلومات
  المهارة: أن تعرف كيف تقوم بها
  الفعل: أن تقوم بتنفيذها
  لكي يكون لديك مهارة يجب أن تتعلم كل شيء يخص عملك بأن تقرأ وتسمع في كل ما يخص عملك وكل ما هو جديد وتذهب إلى دورات وتتدرب وتتابع كل ما هو جديد ومفيد في عملك، ابحث في الإنترنت ودرب نفسك
- تحمل المسؤولية
  يوجد شيء يعرف بالقوة الثلاثية وهي:
  1. الاختيار
  2. القرار
  3. المسؤولية
  إن كل شيء تفعله في حياتك هو اختيار وقرار كالأكل والنوم واللعب وغيره كل هذا اختيارات شخصية، فالكل لديه الاختيار والقرار لكن المسؤولية تختلف من شخص إلى آخر، فتجد الناس غير الناجحة في حياتها هي التي تتخلى عن المسؤولية ولكنه هو الذي اختار أن يكون غير مسؤول، ولذلك الشخص المسؤول لكي ينجح يجب أن يتحمل مسؤولية اختياراته، فيجب أن لا ترمي اللوم على أي شخص ولكن تعلم أن تتحمل مسؤولية اختياراتك
- المرونة التامة
  من قوانين العقل الباطن أن الشخص الأكثر مرونة يتحكم في نفسه ويحقق أهدافه فالشخص المرن إذا كان يفعل شيئًا ولم ينجح به فليفعل غيره وهكذا حتى يحقق أهدافه، لكن الشخص غير المرن يعتمد على شيء واحد فقط.
  استراتيجية الواحد بالمائة، وهي أن تسأل نفسك باستمرار عند حدوث أي خلاف مع أحد، هل ولو ١% أنت أخطأت في شيء، هل ولو ١% يوجد حل؟
- الاستمرارية في كل الأشياء السابقة
  كيف يمكن أن تستمر في فعل شيء معين؟ بطريقة واحدة فقط وهي التغيير التدريجي فعندما تفعل تغييرًا تدريجيًا في شيء معين يجعلك ذلك تفعل تغييرًا في اعتقاداتك الشخصية، وهناك فرق بين الاعتقاد في القدرات والاعتقاد في الإمكانيات حيث إن القدرات هي التي أعطاها لنا الخالق في خدمة العملاء، وهذه لا تستطيع التحكم بها، أما الإمكانيات فهي التي تعرفها كاللغات والدراسات تستطيع التحكم بها كما تريد وأنت تستخدم قدراتك حتى تستخدم إمكانياتك، فلذلك يجب أن تنمي إمكانياتك دائمًا

ما هي أهمية العناية بالعملاء؟

- الحفاظ على الوقت:
  أن تستحوذ على عملاء، فماذا تفعل؟ تجتمع ونعين والموظفين فهذا وقت تخطط وهذا وقت. تطبع ميزانية وهذا وقت التسويق وهذا وقت البيع و خدمة العملاء كل هذا وقت فإن لم يكن هناك عناية بالعملاء واهتمام بهم فسوف يترك العملاء المكان وهنا سوف تكون قد أضعنا كل الوقت الذي بذلناه من أجل أن تأتي بالعملاء وسوف تقوم بالعمل على كل ما سبق حتى تأتي بعملاء جدد
- الحفاظ على الأموال:
  لكي تأتي بعميل لابد من عمل الخطوات التي تم ذكرها من قبل ولكي تفعل هذه الخطوات فأنت تصرف الكثير عليها حتى تتم، فالتخطيط يحتاج إلى أموال، والخبراء الذين يأتون للاستعانة بهم في التخطيط الاستراتيجي والتسويق وغيره يأتون بمال وهنا عندما تعتني بالعملاء فأنت تحافظ عليهم وتحافظ على أموالك
- الحفاظ على العملاء
  عندما تعتني بالعملاء فلا تزال هناك نسبة سوف تخسرها، فمنهم من انتقل إلى منافس أو لإن العميل غير سعيد أو لإنك غير مبتكر أو غير متطور، فلكي تحافظ على عملائك لابد أن تكون متجددًا باستمرار، فعندما يكون العميل راضيًا عن المكان والخدمة سوف يستمر معك وسوف يخبر غيره من الناس وبالتالي أنت ستحافظ على عملائك وتزيد عددهم

أنماط العملاء وكيفية التعامل مع العملاء

- الشخص القيادي وهو شخص يرغب في النجاح والنمو والتقدم والازدهار والتوسع وهو غالبًا ما يكون في مراكز قيادية وبالتالي يؤثر على من تحته فيجب أن يحتوي أسلوبك في التعامل معه على ما يجذب هذا الشخص
- الشخص الودود
  وهو شخص يحب الناس ولا يريد المشاكل ورأي الناس فيه مهم جدًا بالنسبة إليه ويتميز الشخص الودود بحب الناس له لذلك يجب أن يحتوي أسلوبك في التعامل معه على كلام حسي مثل أنك عندما تفعل كذا ستستفيد بكذا وتشعر بكذا حتى تجذب هذا الشخص الودود
- الشخص المعبر
  هو شخص كله ابتكارات فيجب أن يحتوي أسلوبك في التعامل معه على ابتكارات حتى تصل إليه وتجذب انتباهه
- الشخص المحلل
  هو شخص يقوم بتحليل كل كلمة ولذلك يجب أن تضع في حساباتك أن أسلوبك في التعامل معه يجب أن يكون محدد فالشخص المحلل يحب أن ينظم أفكاره حتى يستمتع بالتعامل معك

استراتيجية الفاعلية القصوى في العناية بالعملاء

- الخدمة الجيدة
  - هي تنفيذ مطالب العملاء وتحقيق توقعاتهم، ومطالبهم، وهنا تكون الخدمة جيدة
- الخدمة الممتازة
  - أي أن تعطي العميل أكثر من توقعاته وهنا تكون الخدمة ممتازة
- النظام
  ما معنى النظام؟ يعني أنه لا بد أن يكون لديك نظام (خطة عمل) تسير عليها في عملك قبل القيام بأي شيء وقبل أن تأتي بالعملاء، على سبيل المثال عندما جاء ريك روك وقال إنه سوف يفتح فروعًا وقالت له عائلة ماكدونالد كيف ونحن حاولنا قبل ذلك ولم ننجح فقال لهم أعطوها لي مدى الحياة وسوف أعطيكم ملايين فوافقوا على ذلك، ولكنه عندما عمل نظامًا في المأكولات والبطاطس وذهب إلى الأطفال أولًا، بدأ في التوسع أكثر وأكثر. وعدم النظام يعني أنه إذا حدثت مشكلة أو إذا اشتكى عميل من شيء ما فإننا نحل المشكلة ولكن لا نتعلم منها وعندما يأتي عميل آخر ويشتكي فنحل المشكلة وكأنها تحدث لأول مرة إذن هنا لا يوجد نظام
- الجودة
  ما هي الجودة؟
  الجودة أن يكون المنتج الذي تبيعه:
  موجودًا على مدار السنة.
  أن يكون مضمونًا.
  وتكلفته فعالة.
  فيجب ألا تهتم بالنظام فقط أو الشكل فقط يجب أن تهتم بأن يصل للعميل ما يريد وأن الذي تقدمه له يكون موجودًا طوال العام
- الخدمة
  لابد أن تكون الخدمة جيدة وممتازة وتتماشى مع الجودة والنظام والخدمة
  أن تكون قوية وودية فعندما يكون الشخص ودودًا مع الناس وفي نفس الوقت خدمته ممتازة فهذا يؤثر تأثيرًا إيجابيًا كبيرًا على العملاء فتجد مثلًا أنك عندما ترتاح إلى شخص ما في مكان معين في مطعم مثلاً فتجد أنك تسأل عنه وتريده هو أن يقدم إليك الخدمة لأنك ترتاح له وتثق فيه ولأنه ودود معك وخدمته ممتازة أن تكون محترفة، حيث أنه من يقدم الخدمة لابد أن يكون مدربًا وحرفيًا ويعرف ماذا يفعل

كيف يشكل العميل توقعاته؟

- المعاملات السابقة: يشكل العميل توقعاته من خلال معاملاته السابقة مع المكان ويكون لها عامل كبير وطبيعتنا كبشر أننا نكرر ما فعلناه لكي نشتري وخاصة إذا كانت الخدمة جيدة، وإن لم تكن جيدة فإنه هنا لا يريد أن يأتي مرة أخرى، فالمعاملات السابقة تؤثر في العميل والبشر عامة بصورة كبيرة جدًا، ويبني عليها العميل توقعاته فيما بعد
- اء الآخرين: من الممكن أن تسبب آراء الآخرين توقعات إيجابية أو سلبية للعميل إن لم يكن تعامل مع الشركة أو المؤسسة قبل ذلك فهي تؤثر تأثيرًا كبيرًا في توقعات العميل
- اسم الشركة: حيث أن الناس يبنون توقعاتهم بناءً على اسم الشركة فإن كان اسم الشركة كبيرًا ومعروفًا فهم بالتالي يتوقعون خدمة جيدة وممتازة تليق بهذا الاسم وهكذا
- الإعلان والإعلام: فالإعلان هو أن تعلن في الجرائد أو التليفزيون أو الإذاعة أو البروشور، أما الإعلام فهو يدخل في العلاقات العامة بأن تقابل الناس مباشرة أو أن تتصل بهم مباشرة، إن ما تخبر الناس به في إعلانك هو ما يتوقعه العميل، فهنا عندما تقوم بعمل إعلان يجب أن لا تخبر الناس بأشياء زيادة عن اللزوم وأن تخبرهم بأشياء بسيطة وحين يأتي العملاء إليك، يمكنك إمدادهم بمعلومات أكثر لم يكونوا يتوقعونها فتتعدى توقعاتهم، لكن لو أعلنت عنها في البداية سيصبح التوقع موجودًا وطالما أن التوقع موجود فإن العميل ينتظر تنفيذه
- المنافسون: أصبحت دراسة المنافسين جزأ من قرار الشراء و كذلك جزأ من توقعات العميل لخدمة ما بعد البيع.
  حيث إن عميل اليوم أصبح متطلعًا إلى أن يعرف أسعارك وأسعارمن ينافسك ويفتش ويبحث عن الخدمة الجيدة من خلال التليفونات والإنترنت فإن وجدها فإنه يبني توقعاته عليها
- الموظفون: تجد أحيانًا بعض الموظفين يشتكون من المكان الذي يعملون به أو من الخدمة التي يقدمونها وهنا إذا سمعهم بعض العملاء فإن ذلك سوف يؤثر عليهم وتخسر الشركة
- أنت شخصيًا:
  قد تكون أنت سببًا رئيسيًا في بناء توقعات الآخرين سواء كانت سلبية أو إيجابية، وهذا يكون بسبب كلامك أمام العملاء وأمام من تعرفهم، فإذا كنت تقول كلامًا ليس صحيحًا فهذا يزيد من توقعات العملاء وعندما يشترون المنتج لا يجدون ما توقعوه فبالتالي ستخسرهم والعكس صحيح

ماذا يتوقع العميل؟

- الخدمة: إن العميل الذي يأتي إليك يريد الخدمة الجيدة، حيث إذا كانت الخدمة سيئة فإن هذا يجعلك تخسر العملاء، فيجب أن يتوفر له كل سبل الراحة والخدمة الجيدة
- الاهتمام:
  لابد مع وجود الخدمة الجيدة أن يلاقي العميل اهتمامًا
- الاحترام: يجب على من يعامل العميل أن يعامله باحترام وليس هناك داع لسوء الأدب والإهمال أو استخدام أساليب غير محترمة في معاملة العميل
- سرعة: حيث يتوقع العميل منك السرعة في أن تقضي له الخدمة، باليابان كانوا إذا طلبت Toshiba أو Sony تجد مثلا شركة منهم أي سلعة في الماضي على الأقل كانت تأخذ عملية توصيل السلعة ليس أقل من ٦ أشهر ولكن الآن تستطيع أن تطلبها من خلال الإنترنت وتصلك في خلال أسبوع أو أقل، وتجده يأتي لك بسرعة في ثلاثة أيام حيث تكون توقعاتك في خلال أسبوع وهنا قد تعدى توقعاتك
- الاطمئنان: يريد العميل أن يكون مطمئنًا وهو معك، ويريد أن يستفيد عندما يستثمر عندك ويريد ألا يخسر استثماره بلا فائدة، فإن شعر العميل بعدم الاطمئنان بنى عليه كل شيء بعد ذلك، من التعصب والغضب من المكان والكلام السيئ عنه
- لحل لمشكلاته: يتوقع العميل منك أن تحل له مشكلاته أو أي مشكلة سوف تصادفه فيما بعد أثناء استثماره معك
- الاتصال الفعال: يتوقع منك العميل أن تتواصل معه بطريقة مهنية. فإذا فعلت كل الخطوات السابقة، فأنت هنا تصل إلى التوافق مع العميل وتستطيع تقديم خدمة مميزة له

الأنماط صعبة المراس في خدمة العملاء

- الشخص الثوري وهو الشخص الذي يكون غاضبًا ومتعصبًا بطريقة كبيرة وكل همه أن تحل له مشكلته في أسرع وقت ممكن، ويريد أن يسمع أن مشكلته سوف يتم حلها وبسرعة، والمتعامل مع الشخص الثوري يجب أن يتبع الآتي: لابد وأن تخبره أن مشكلته سوف تحل وبسرعة أو أن تبدأ في حل المشكلة وبسرعة، حيث أن الشخص الثوري من الممكن أن يفعل أي شيء لكي يصل إلى ما يريد
- الشخص السلبي كثير الشكوى لا يوجد أحد في الدنيا سلبي ولكن هناك أشخاص لديهم أحاسيس وحالاتهم النفسية غير طبيعية وهذا ما وضعهم في هذ الحالة.وللتعامل مع الشخص السلبي يجب اتباع الآتي: جمع المعلومات، عن طريق مساعدته لك في جمع معلومات عن المشكلة، المشاركة، بأن تجعله يدخل معك في الحل ولا تجعله إطلاقًا جزء من المشكلة وهذا لأنه يشتكي ولا يريد أن يحلها بنفسه لذلك يجب استخدام أسلوب المشاركة معه
- المهرج
  وهذا أصعب نوع من العملاء، حيث إنه يخبرك المشكلة بتهريج وسخرية ويجعلك تفقد السيطرة ولو كنت غير مدرب ستختلف معه ولن تستطيع حل المشكلة، وللتعامل مع الشخص المهرج يجب اتباع الآتي:
  ترجعه مرة أخرى إلى الموضوع بأسئلة محددة ونحاول أن نخرجه من حالة السخرية خطوة خطوة إلى أن تعرف المشكلة

أهم الاستراتيجيات لضمان خدمة عملاءك باحترافية

- إدارة الوقت من استراتيجيات خدمة العملاء باحترافية
  وضع خطة لإدارة الوقت من الأمور الأساسية لدى ممثلي خدمة العملاء. حيث يجب أن يكون هناك حد لمقدار الوقت المخصص لكل عميل أو إيصال العميل بسرعة إلى شخص يمكنه المساعدة عند الضرورة ومن المفضل إخبار العميل بوقته المخصص فور الرد على مكالمته، وهذا لتجنب مضيعة الوقت والدخول فورًا في صلب المشكلة
- تمكين موظفي خدمة العملاء من خدمة العملاء باحترافية
  يعني تمكين موظفي خدمة العملاء من خلال إعطاءهم بعض الصلاحيات في حل مشكلات الزبائن، وتهدف هذه السياسة إلى التركيز على العميل بدلًا من الشركة، مما يؤدي إلى خلق تجربة خدمة عملاء إيجابية. ومن المهم أن تعلم أن تمكين ودعم موظفي خدمة العملاء لديك ومساندتهم وإعطائهم الصلاحيات لاتخاذ القرارات، يحسن كفاءة الخدمة المقدمة ويوفر الوقت. على سبيل المثال، السماح لموظف خدمة العملاء برد المشتريات حتى مبلغ محدد، يساهم بتسريع الخدمة المقدمة، وتحسين رضا العميل
- تجنب الجدال لضمان خدمة عملاءك باحترافية
  يعتبر الجدال وسيلة لإثبات وجهة نظر معينة، باعتبار وجهة نظر الشخص الآخر خاطئة، وهذا بالتأكيد سيؤدي بك إلى طريق مسدود مع العميل. لذا يجب عليك ألا تجادله مطلقًا، وحاول فهم المشكلة والعمل على حلها باحترافية، لتقديم خدمة عملاء جيدة، وتجربة إيجابية للعميل. وإذا كنت ممثلًا لخدمة عملاء وصادفك يوم عصيب وعميل مزعج، عندها يمكنك ببساطة تمرير المكالمة لشخص آخر ليتابع حل المشكلة. ولكن إياك والصراخ أو الجدال العقيم مع الزبائن
- استخدام الملاحظات أساس خدمة العملاء باحترافية
  يعتبر تسجيل جميع مكالمات خدمة العملاء في قاعدة البيانات من الأمور الهامة، ليتمكن موظفو الخدمة من الوصول إليها عند الحاجة. حيث يستطيع ممثل الخدمة الرجوع إلى الملاحظات المسجلة حول مكالمات العميل السابقة. والتي ستساعدك في إجراء تواصل أكثر سلاسة؛ بعد معرفتك بالعلامة التجارية المفضلة لدى العميل أو عمله والمشكلات التي واجهته سابقًا. مما يمنحه المزيد من الثقة بالشركة بالتأكيد
- التخفيف من الثغرات في معرفة المنتج أساس خدمة العملاء باحترافية
  يستغرق أعضاء فريق خدمة العملاء وقتًا لمعرفة المنتج، ولهذا يجب تثقيف ممثلي خدمة العملاء عن مميزات وخصوصيات المنتج، والاستماع إلى استفساراتهم ليتمكنوا من تقديم خدمة عملاء جيدة أو من الممكن استخدام بروشورات جاهزة لعرض ميزات المنتج

Presented with xmind