

الكول سنتر





كيف تكون واجهة نموذجية في التعامل مع العملاء
من البداية حتى الاحتراف

الكول سنتر

بنهاية هذا الكورس سنتعرف على التالي:

- تحديد معنى العملاء أو المشتركين
- تحقيق الخدمة الأساسية وخدمة العملاء
- التعرف على كيفية التعامل مع الشكاوى
- أسباب ترك العملاء للخدمة
- كيفية تلبية احتياجات العملاء
- عوامل إرضاء العملاء
- لحظة الحقيقة (الصدمة)

الكول سنتر

بنهاية هذا الكورس سنتعرف على التالي:

- ما هي خدمة العملاء
- الاحترافية في المكالمة
- من علامة تجارية عادية إلى محبوبة
- كيف تكون مستمعاً جيداً
- عوائق التواصل والاستماع
- أنماط العملاء وكيفية التعامل معهم
- اللغة الإيجابية في التعامل

المحاضرة الأولى



من هو الشخص الأكثر تأثيراً في أي منظمة أعمال؟

من هو الشخص الأكثر تأثيراً في أي منظمة أعمال؟



"العميل هو الملك"

العملاء = إيرادات = أجور = موظفين

أهمية العميل في الشركة



الشركات والأعمال تعتمد على العملاء، وليس العكس

أهمية العميل في الشركة



بدون عملاء لن تقوم أي شركة، ولن تطور أي أعمال

أهمية العميل في الشركة



الهدف من وجود الشركات والأعمال هو تلبية احتياجات المشتركين والعملاء

أهمية العميل في الشركة



المشتركون والعملاء يجعلون تحقيق أهداف ورؤية الشركات أسهل عن طريق اقتراحاتهم أو حتى شكاواهم

ما هو الربح الحقيقي للشركة؟



رضا العملاء = الربح الحقيقي

ماذا نقدم لعملائنا؟

خدمة أساسية وخدمة العملاء

ماذا نقدم لعملائنا؟

الخدمة الأساسية:

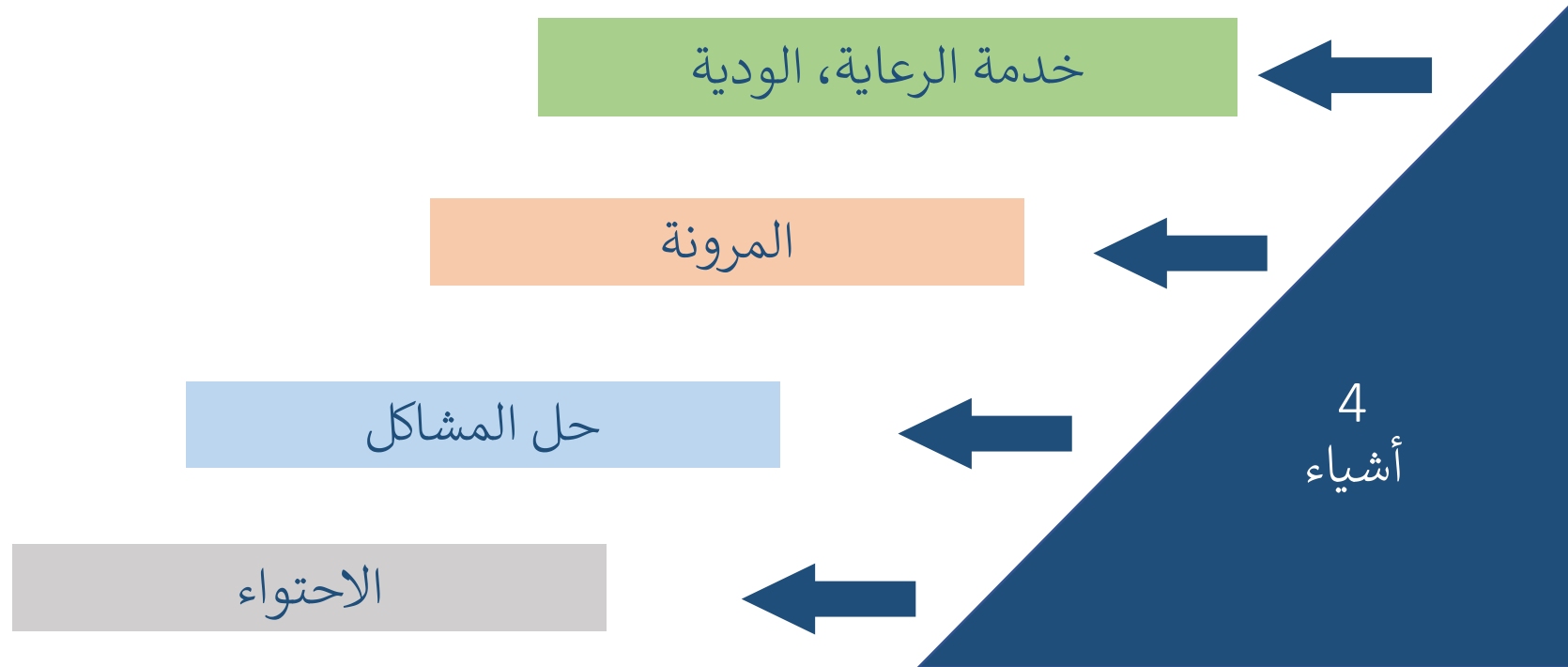
هي خدمة أو منتج تقدمها الشركة للعملاء، وهي سبب لوجود الشركة، وبدونها لن يكون للشركة أي غرض.

خدمة العملاء:

تشمل كل التعاملات مع العملاء، ويوجد بها أعمال تجارية بجانب السياسات والإجراءات التي تستخدمها.

العمل يريد 4 أشياء

في استطلاع للرأي قامت به شركة الخطوط الجوية البريطانية لأكثر من 20000 راكب في معرفة ما هي الأشياء التي يريدونها العملاء كانت النتائج كما يلي:

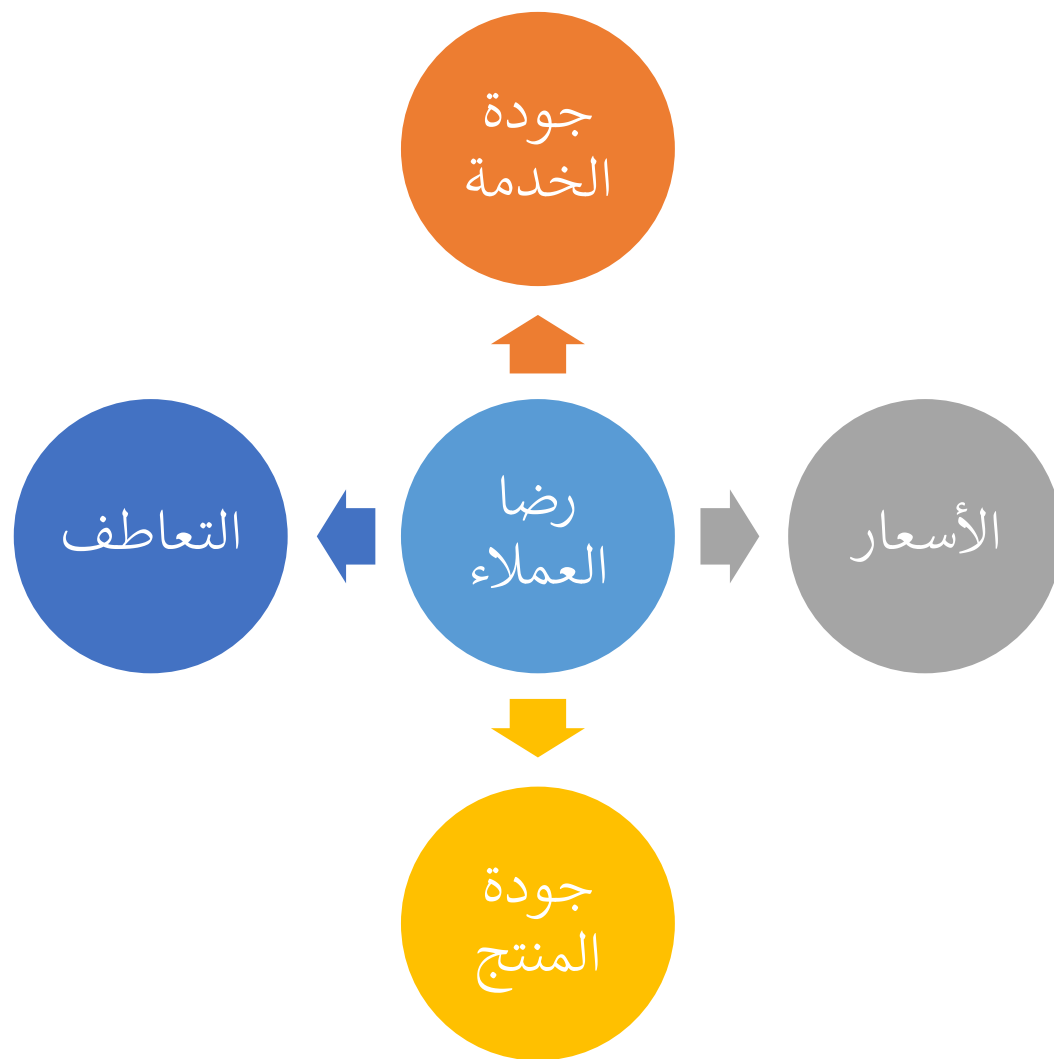


لماذا يبدل العميل مقدم الخدمة؟

- 1% وفاة العميل أو انتهاء مدة الاشتراك
- 3% الانتقال إلى موقع أو مكان آخر
- 5% نصيحة الأصدقاء بالانتقال إلى مكان آخر
- 8% المنافس يقدم خدمة أفضل
- 15% عدم الرضا عن الخدمات الأساسية
- 68% موقف اللا مبالاة من قبل الموظفين

(الخطوط الجوية البريطانية - دراسة دولية)

عوامل إرضاء العملاء



الصورة التي يكونها العميل عن الخدمة

- عندما يتوقع العميل خدمة معينة فيجد ما هو أفضل منها دون مقابل أو طلب سابق منه فهذه هي الخدمة الرائعة.
- صورة جيدة: عندما تعد العميل بخدمة وجودة معينة ويجد ما توقع؛ تكون فكرته عن الشركة أنها جيدة.
- الصورة السيئة: عندما يتوقع العميل خدمة بشكل أو جودة معينة فيتصادم بغير المتوقع ويكون صورة سيئة عن الشركة.

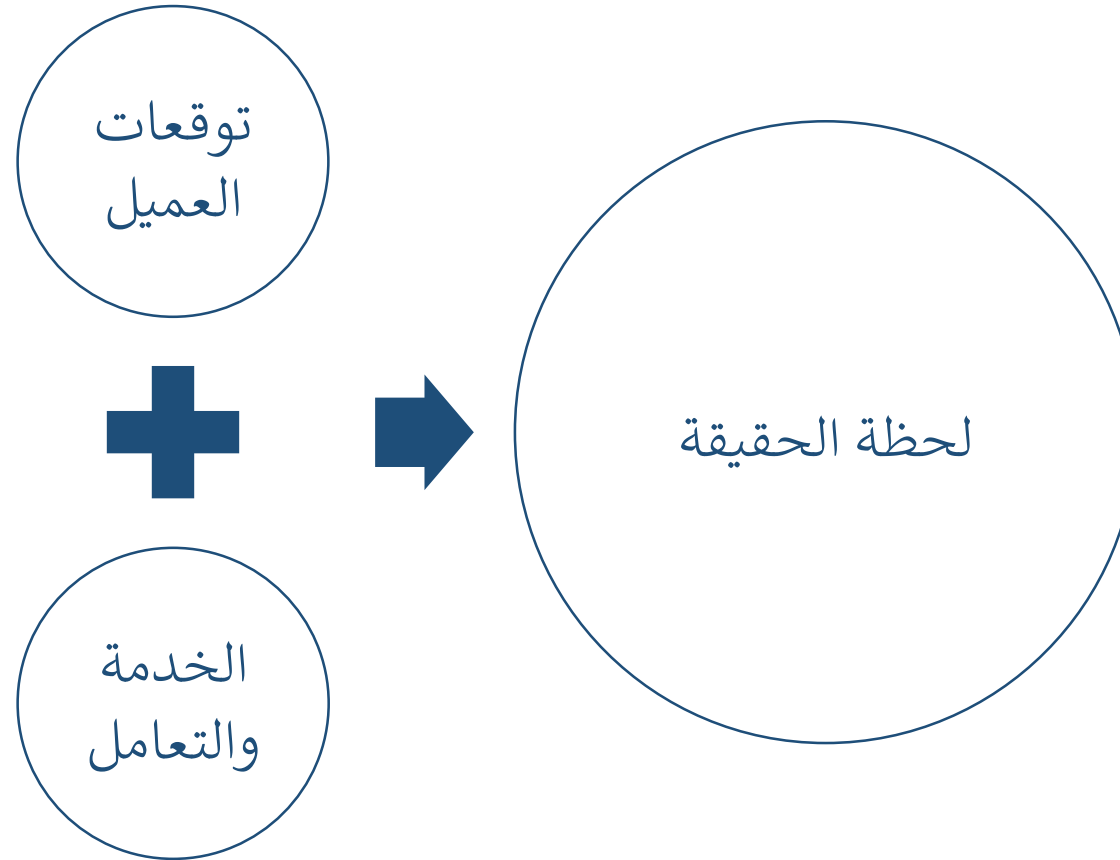


+



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

لحظة الحقيقة (الصدمة)





المحاضرة الثانية



خدمة العملاء

"تركيز كامل المنظمة، وهذا يعني النظام، والأشخاص، والعمليات، والتسهيلات
والمعلومات لخدمة العملاء وبناء علاقة دائمة معهم"

الاحترافية في المكالمة



الطريقة الأمثل للتعامل مع المشتركين والعملاء

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

الاحترافية في المكالمة



التحية والترحيب



نبرة الصوت



طريقة التحدث



ختام المكالمة



الاحترافية في المكالمة

الترحيب



استخدام
الاسم



التحية والترحيب

Hello

صباح الخير 😊



إزاي أقدر أساعد
حضرتك؟

May I help you?

الاحترافية في المكالمة

نبرة الصوت

ابتسامتك

حماسك

ترحيبك

الاحترافية في المكالمة

طريقة التواصل الجيد



نبرة الصوت



الاستماع الجيد والانتباه



طريقة الكلام والسلوك



الاحترافية في المكالمة

طريقة التواصل الجيد



الاحترافية في المكالمة

احذر مقاطعة الحوار!
دع العميل يعبر ويوضح سؤاله،
وبعد أن ينتهي خذ وقتك
في الكلام والتوضيح

التحكم في سياق الكلام:
بمعنى اختيار الأسلوب المناسب
في السؤال: هل سؤال مفتوح أم مغلق
بأحدى الاختيارات؟

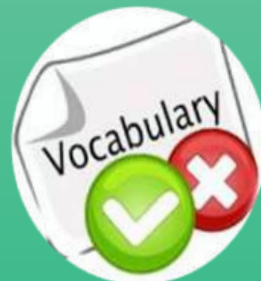
التركيز الكامل:
هذا يعني الانتباه لسؤال العميل ومعرفة
استفساره وطريقة حل مشكلاته

الاحترافية في المكالمة

طريقة التواصل الجيد



التفاعل مع العميل



السلوك الجيد في الحديث



الكلمات الإيجابية



الاحترافية في المكالمة

ختم المكالمة



لا زلت مهتماً بالعمل
• في سؤال ثاني أساعدك فيه؟



خذ المبادرة
• أقدر أقدم لك شيئاً آخر؟



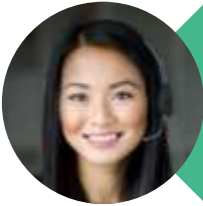
آخر عشر ثواني
• بطريقة جميلة انه المكالمة بكلمات طيبة

الاحترافية في المكالمة

نصائح



ابتعد تماماً عن الضوضاء أو أسبابها



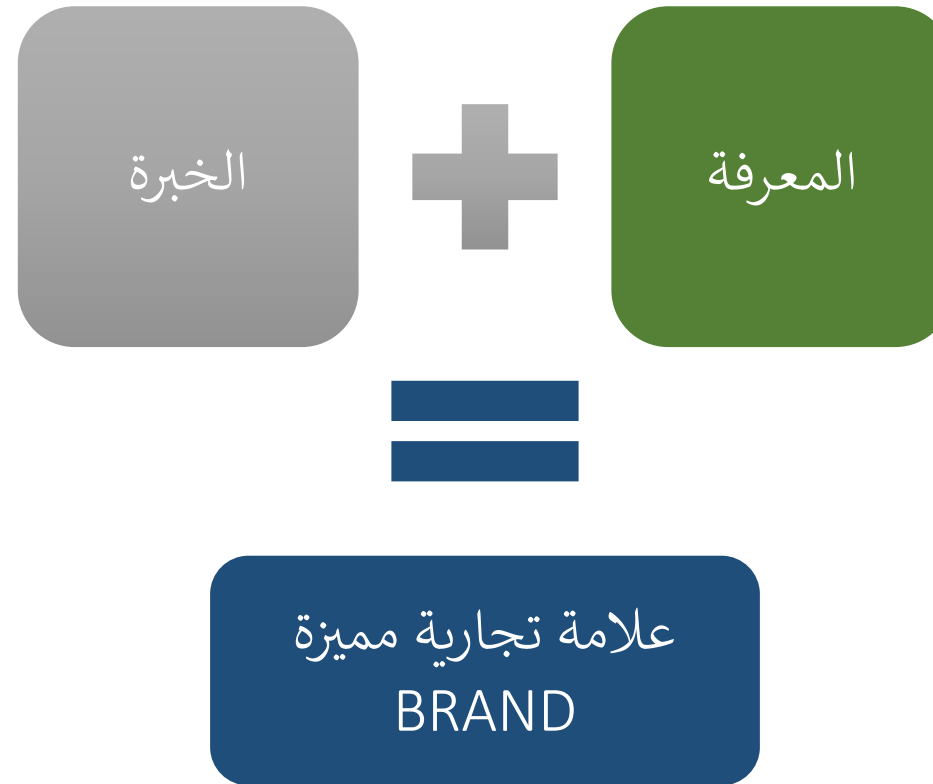
ابتسم بدون ضحك



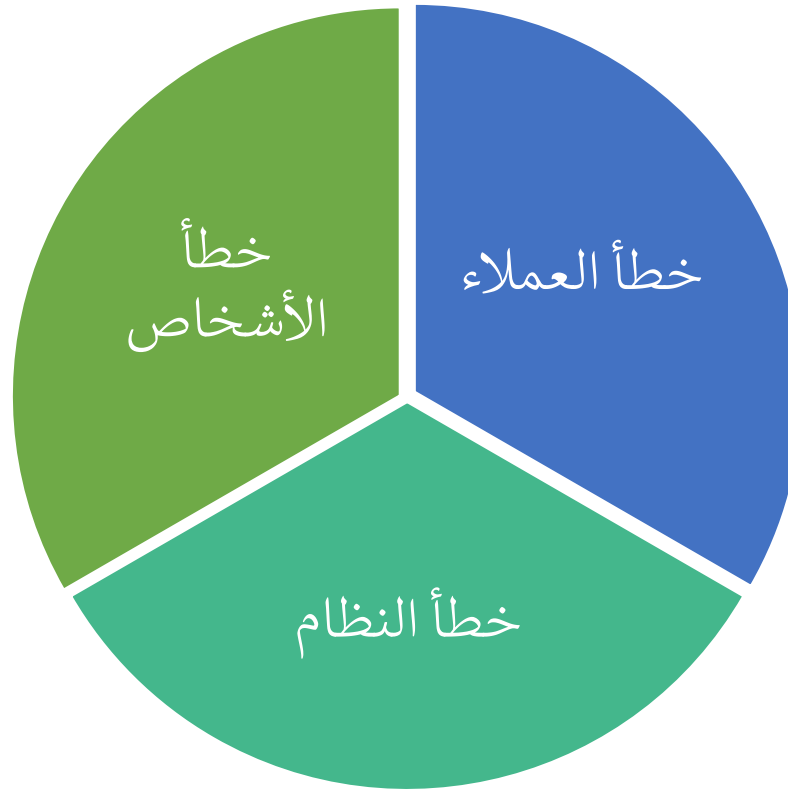
العلكة أو الطعام لا يليق أثناء الكلام

حاول أن تجعل منتج شركتك مميزاً بالحب

كيف نظهر بتميز في سوق العمل؟



لماذا يشكو العملاء؟



لماذا يشكو العملاء؟



- الإخلال بالوعود
- سوء أسلوب الموظفين في المكالمة
- شعور اللا مبالاة أو عدم الإخلاص في العمل
- لا أحد يستمع لهم

أنواع شكاوى العملاء



- المتحدثون: هم العملاء الذين يقومون بالشكاوى
- المنتقلون: هم العملاء الذين ينقلون أعمالهم إلى المنافسين

قبل حل المشاكل

يجب عليك أن تفعل هذه الأمور قبل المحاولة في معالجة المشكلات:

- الاستماع الجيد لشكوى العميل
- التعاطف معهم وإبداء الاهتمام
- عدم أخذ الأمور بشكل شخصي
- الاعتذار إن تطلب الأمر، إذا كان السبب ليس من جانب العميل
- اتخاذ إجراءات حل المشكلة أو تصعيدها أو توجيه العميل للشخص المسؤول

خطوات معالجة شكاوى العملاء



الشكاوى تعتبر فرص

- الانتقادات والشكاوى تقدم لنا الفرص للحصول على المعلومات.
- النظر في الشكاوى من زاوية مختلفة.
- شكاوى العميل في الحقيقة هو طلب للعمل وللعميل، بصفة عامة يكون لديه فكرة حول كيفية حل الموقف.
- شكاوى العملاء تمت بالفعل للاحتفاظ.
- شكاوى العملاء لا تترك.
- لدينا فرصة لتحويل تجارب العميل السيئة إلى جيدة.
- نحن نحصل على الردود القيمة لنا وللشركة عن طريق الشكاوى الخاصة بالمنتج، والخدمات، والتسهيلات، والسياسات التي تحتاج إلى حلول.

لا تفعل ولا تقل

لا تفعل

لا تقدم أعذار

لا تسأل أي سؤال ليس له علاقة بالموضوع

لا تجادل حول من هو على حق

لا تأخذ الشكوى على محمل شخصي

لا تقل

"أعتقد أنني قلت لك من قبل..."

"إنه خطأك"

"هل تستمع لي؟"

"هل هذا واضح بالنسبة لك؟"

"آسف، لا يمكنني فعله"



المحاضرة الثالثة



الأنماط المختلفة للعملاء



• العميل الفظ - العدواني

• العميل المتعجل - نافذ الصبر

• العميل المتردد - المشوش في أخذ القرارات

• العميل المتكلم - كثير الكلام

الأنماط المختلفة للعملاء

العميل الفظ - العدواني

من الممكن أن يتعامل بهذا الشكل مع الجميع؛ وذلك لتجاربه السابقة التي سببت له بعض المشاكل

افعل

كن صبوراً، ولا تأخذ الأمور بشكل شخصي، وتعامل بهدوء

لا تفعل

لا تتعامل بنفس الطريقة أو العدوانية



الأنماط المختلفة للعملاء

العميل المتعجل - نافذ الصبر

دوماً في عجلة من أمره، ومهما حاولت الإسراع لا يتوقف عن استعجالك

افعل

اخدمه بشكل مهذب وبالسعة التي لا تؤثر على صحة المعلومات أو الاحترافية

لا تفعل

لا تضع وقتك في الكلام غير المناسب لسؤاله، حيث إنه غالباً لن يكون متحمساً

لمعرفة منتجات جديدة أو معلومات أخرى غير استفساره



الأنماط المختلفة للعملاء

العميل المتردد - المشوش

ليس سهلاً عليه اتخاذ القرار، ومن الممكن أن يستغرق وقتاً طويلاً في التفكير دون جدوى بسبب تردده الشديد في معرفة ما يناسبه

افعل

ساعده قدر المستطاع بخبرتك ومعلوماتك وتجاربك السابقة بعد سؤالك عن استخداماته للمنتج أو ما الذي يحبه حتى تخبره بالأنسب له

لا تفعل

لا ترهقه بكثرة المعلومات أو العروض لأن ذلك سيزيد من تردده وارتبائه



الأنماط المختلفة للعملاء

العميل المتكلم - كثير الكلام

يحب الكلام الكثير ومشاركة الأمور والتجارب، ومن الممكن أن يستثمر يومه كله في الكلام

افعل

كن ودوداً ومنتبهاً، وحاول أن تقود المحادثة بالأسئلة الإيجابية لحل المشكلة

لا تفعل

لا تشعر العميل بالتجاهل أو أن تتركه وتحدث مع أحد زملائك، ولا تشعره

بأنك مستاء من كثرة كلامه



مستويات الاستماع الخمسة



عوائق الاستماع والتواصل



ما هي عوائق الاستماع والتواصل؟

عوائق الاستماع والتواصل



عدم اختيار الكلمات المناسبة

عوائق الاستماع والتواصل



اختلاف اللهجات واللهجة

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

عوائق الاستماع والتواصل



الجدال في الحوار

جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

عوائق الاستماع والتواصل



أشياء ملموسة

مفاتيح الاستماع الجيد



- استمع بنشاط وتفاعل
- اظهر الاهتمام واعطِ ردود فعل إيجابية
- ابتعد عن أي شيء يشغل انتباهك أثناء استماعك
- تجنب أي مقاطعة لحديث العميل
- اظهر تفهمك

اللغة الإيجابية



استبدالها بكلمات مثل:

هساعد حضرتك قدر المستطاع



بدلاً من استخدام:

لا أعرف - لا أعلم - ليس اختصاصي

لا تنسَ هذه الأمور



سؤالك عن الاسم واستخدامه والترحيب به هام جداً

لا تنسَ هذه الأمور



لا تدع العمل على الانتظار كثيراً

لا تنسَ هذه الأمور



ابتسامتك ستظهر من نبرة صوتك

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

لا تنسَ هذه الأمور



اللغة الإيجابية واختيار الكلمات أمر أساسي

لا تنسَ هذه الأمور



اجعلها محادثة حوارية، وليست من طرف واحد

حقائق يجب أن تعرفها



عليك أن تعرف!

78% من المستهلكين نصحوا بعدم الثقة في منتجات

أو لم يقوموا بشرائها بسبب خبرة تجربة سيئة.

Source: Express Survey, 2011

حقائق يجب أن تعرفها

عليك أن تعرف!

تحتاج 12 عملية ناجحة تكتسب بها ثقة عميل مرة أخرى
إن كنت أغضبته مرة واحدة.

Source: "Understanding Customers "by Ruby Newell-Legner



حقائق يجب أن تعرفها



عليك أن تعرف!

أخبار تجربة العملاء السيئة تصل إلى أكثر من ضعف عدد المديح من الأخبار الجيدة.

Source: White House Office of Consumer Affairs

حقائق يجب أن تعرفها



عليك أن تعرف!

70% من تجارب الشراء تعتمد على كيفية شعور العميل بأنه يتم الاهتمام به قبل وبعد البيع.

حقائق يجب أن تعرفها

عليك أن تعرف!

الشركات تتكلف 6-7 مرات أكثر للحصول على عميل جديد
أكثر من الحفاظ على عميل حالي.



حقائق يجب أن تعرفها



خسارة عميل أو مشترك يعني

تقليل المرتبات، والعمولات، وفرص العمل أيضاً

Bryant Nielson, Managing Director

حقائق يجب أن تعرفها



خسارة عميل أو مشترك يعني
فقدت ردود الفعل وفرصة للتحسين

Bryant Nielson, Managing Director

حقائق يجب أن تعرفها



خسارة عميل أو مشترك يعني

فُقدت المبيعات والعائدات والأرباح، ومحتمل أنها فُقدت إلى الأبد!

Bryant Nielson, Managing Director



شكراً لكم