

إدارة غضب وشكاوى العملاء
أ. أسماء شوقي الضبع



أجندة الكورس

- غضب وشكاوى العملاء والتعامل معه بالأرقام دراسات وإحصائيات
- هل العميل دائماً على حق؟ ولماذا؟
- غضب العملاء ونتائجه على كبرى الشركات العالمية
- أسباب غضب العملاء وكيفية تلافيها
- لغة الجسد غير المناسبة
- منحني الغضب ومراحله وطبيعة كل مرحلة
- العميل العنيف السليط اللسان والطباع

أجندة الكورس

- التعامل مع شكاوى وغضب العملاء استراتيجيات وإجراءات
- استراتيجية LAST
- استراتيجية AAA
- مبدأ المجارة والمحاكاة
- القواعد من علم النفس السلوكي لكسب العملاء
- أسلوب الساندوتش
- لا القنبلة

المحاضرة الأولى

المحاضرة الأولى

- آراء العملاء الإيجابية والسلبية وتأثير كل منهما
- هل العميل دائماً على حق؟ ولماذا؟
- لماذا نحاول محاولات مضنية في إرضاء العملاء؟
- شكاوى العملاء بالإحصائيات
- تجارب واقعية لشركات عالمية
- أمازون
- كوكاكولا
- تمرين احتياجات العميل

التعليقات الإيجابية على مواقع التواصل



دراسة عن الحسابات الرسمية لشركات آبل وجوجل ومايكروسوفت وتويتر
وتم تحليل 4929 تعليق وتبين أن.....

دراسة حسام شهد وآخرون 2016

التعليقات الإيجابية على مواقع التواصل

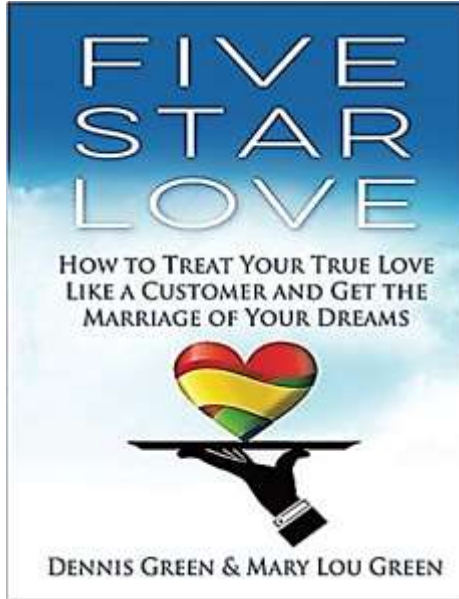


80% من التغريدات تساهم في بناء صورة عن الشركة
و 20% المتبقية تساهم في بناء سمعة الشركات على تويتر

هل العميل دائماً على حق؟ ولماذا؟



هل العميل دائماً على حق؟



- لأنهم يعودون ثانياً وثالثاً
- يجلبون أصدقاءهم وعائلاتهم
- يقومون بأطنان من الإعلانات لنا بكلامهم الجيد عنا وتجربتهم
- يعلنون لنا عبر وسائل التواصل الاجتماعي

لماذا نرضي العملاء؟



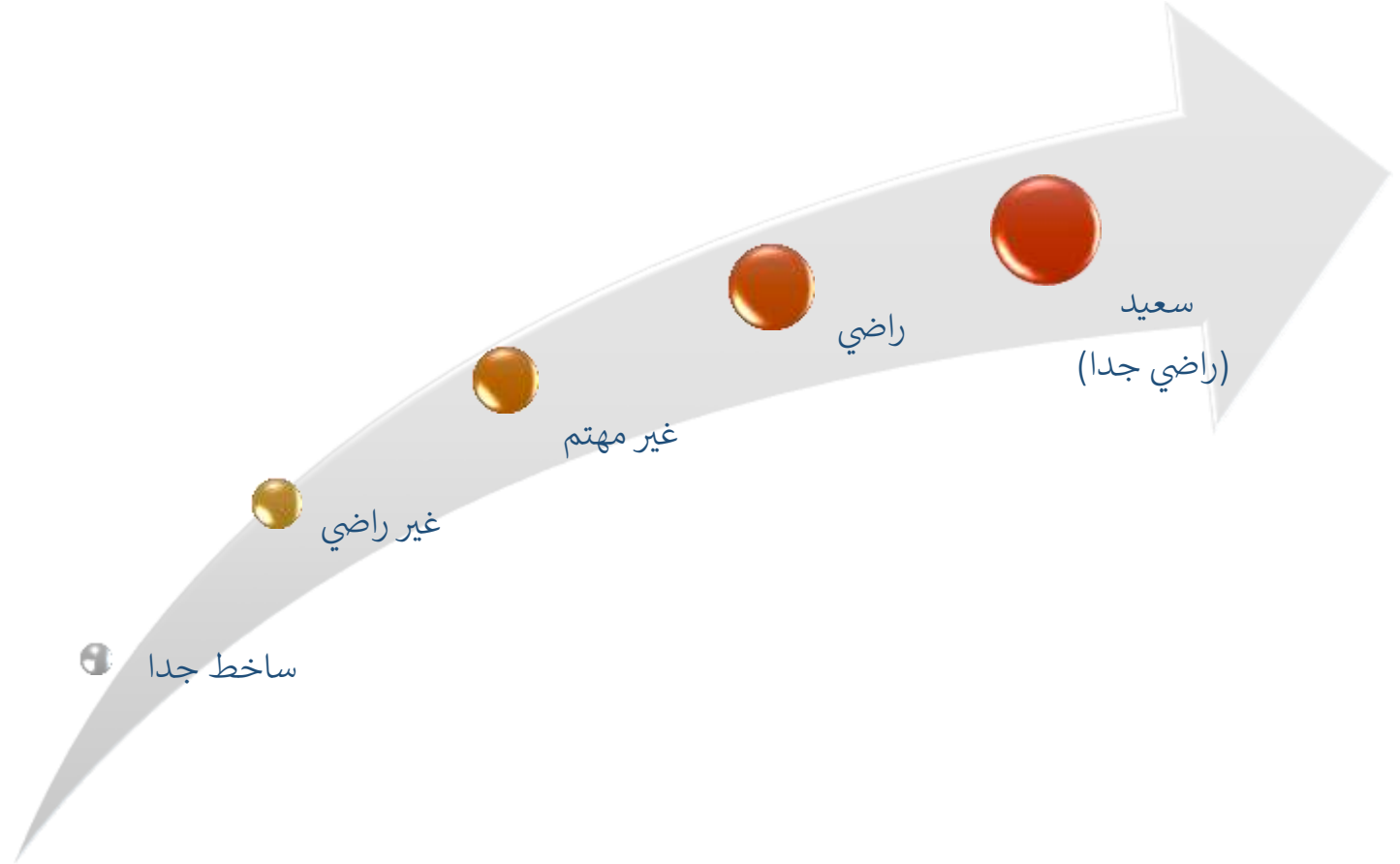
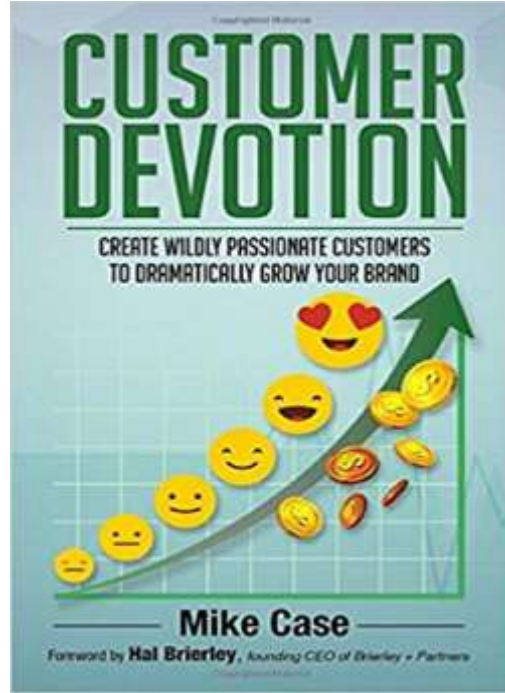
The world's most valuable brands 2019

	Brand	Category	Brand Value 2019 \$Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2019 vs. 2018	Rank Change	Country of Origin
1		Retail	315,505	4	+52%	2	
2		Technology	309,527	4	+3%	0	
3		Technology	309,000	4	+2%	-2	
4		Technology	251,244	4	+25%	0	
5		Payments	177,918	5	+22%	2	
6		Technology	158,968	4	-2%	0	
7		Retail	131,246	3	+16%	2	
8		Technology	130,862	4	-27%	-3	
9		Fast Food	130,368	4	+3%	-1	
10		Telecom Providers	108,375	3	+2%	0	

أمازون لأن العميل لديها #1

تنفق أمازون 6% من أرباحها سنوياً لتحسين تجربة المستهلك مع الشركة، مقابل 1-2% فقط لدى المنافسين. تتحمل 200 دولار تكلفة خدمة أمازون برايم، ورفضت رفع السعر على العملاء الذي بقي 120 دولار شهرياً فقط.

درجات رضا العميل



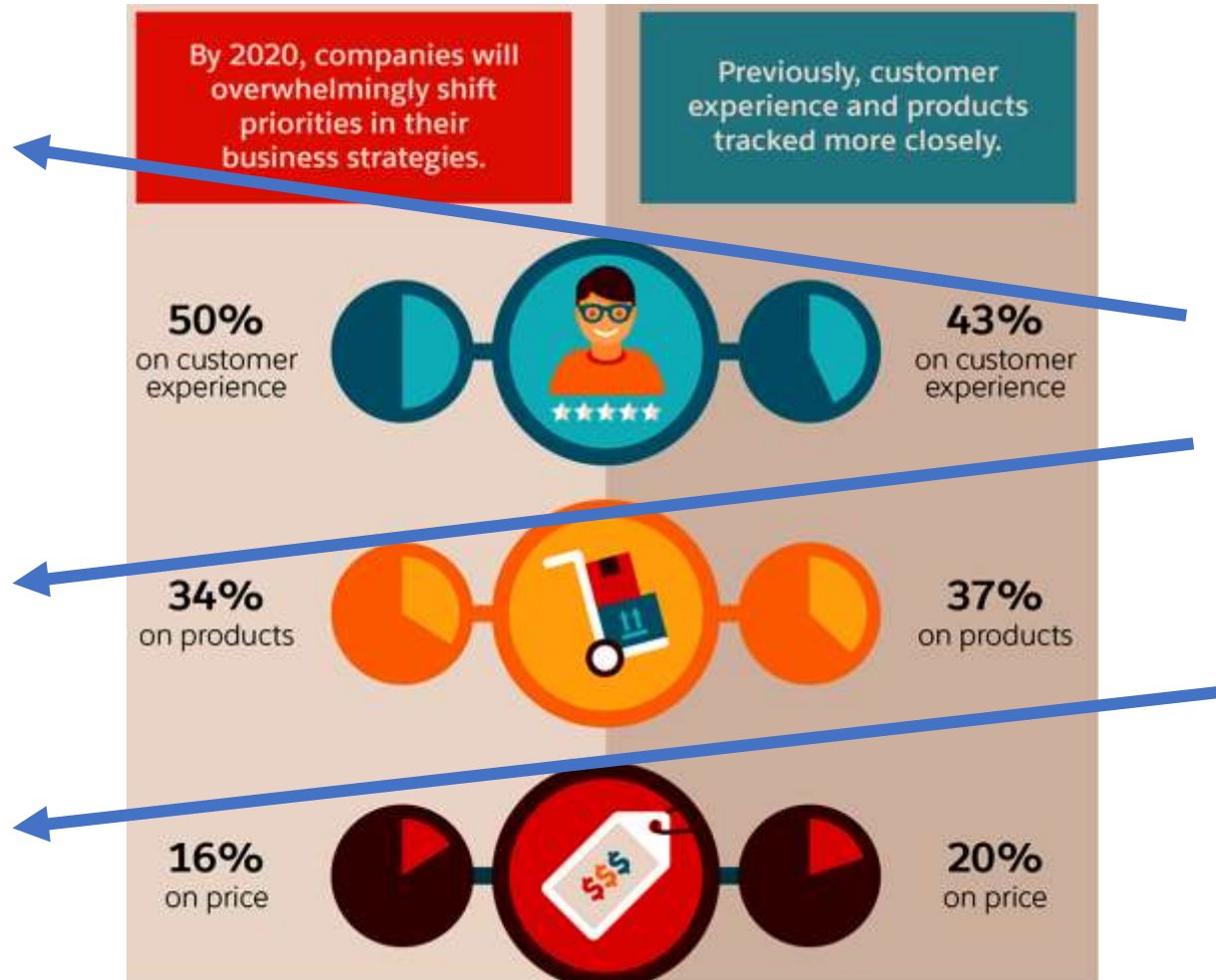


زيروكس :

العملاء الراضون تماماً يكون احتمال شراؤهم مرة ثانية 6 أضعاف
العملاء الراضين فقط.

CUSTOMER EXPERIENCE

IS BECOMING MORE IMPORTANT TO COMPANIES

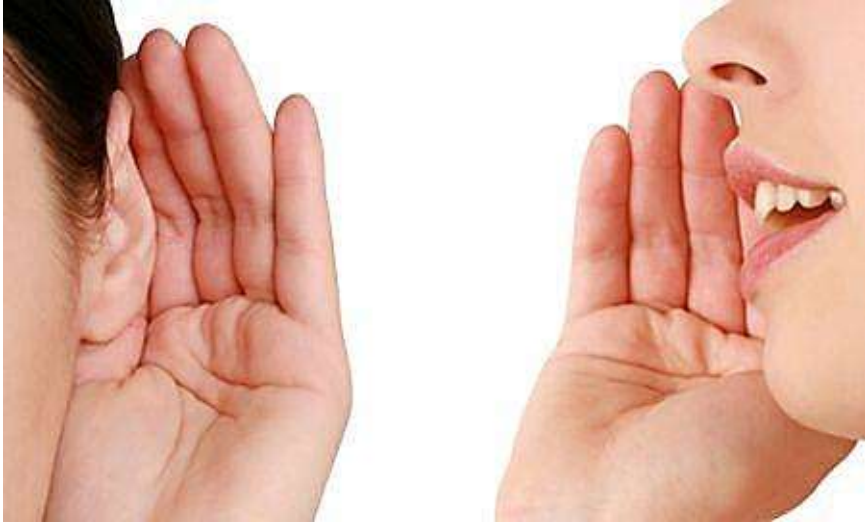




إننا ندفع زيادة بنسبة 10% من قيمة الخدمة للحصول على
خدمه أفضل



إذا كانت الخدمة سيئة في مكان ما فإن نسبة 91% من العملاء لن يعودوا إليه



عندما نتلقى خدمة ممتازة
فإننا ننقل هذا الانطباع إلى حوالي 9 : 12 شخص



لو كانت الخدمة المقدمة سيئة فسينقل العملاء انطباعهم السيئ
عن الخدمة إلى حوالي 20 شخص



90٪ من المستهلكين يبنون رأيهم في الأعمال التجارية من قراءة
أقل من 10 من الاستعراضات



وسيكون 74٪ من المستهلكين أكثر ثقة في الأعمال
التجارية المحلية بعد قراءة ملاحظات إيجابية عنه



في مجلة Harvard Business Review

من دراسة 8 استراتيجيات لتحسين تجربة العملاء مع شركتك وقد قال كل من:

Nicholas Toman –Karen Freeman –Matthew Dixon إرضاء العملاء وكسب ولائهم يتحقق

من خلال تقليل مقدار الجهد الذي يتعين عليهم بذله لحل مشكلاتهم.

شكاوى العملاء



توضح دراسات رضا العميل أن:

العملاء يميلون إلى عدم الرضا عن مشترياتهم بنسبة 25%
وما هو أسوأ أن حوالي 95% منهم لا يشتكون.... لماذا؟



الاستجابة السريعة



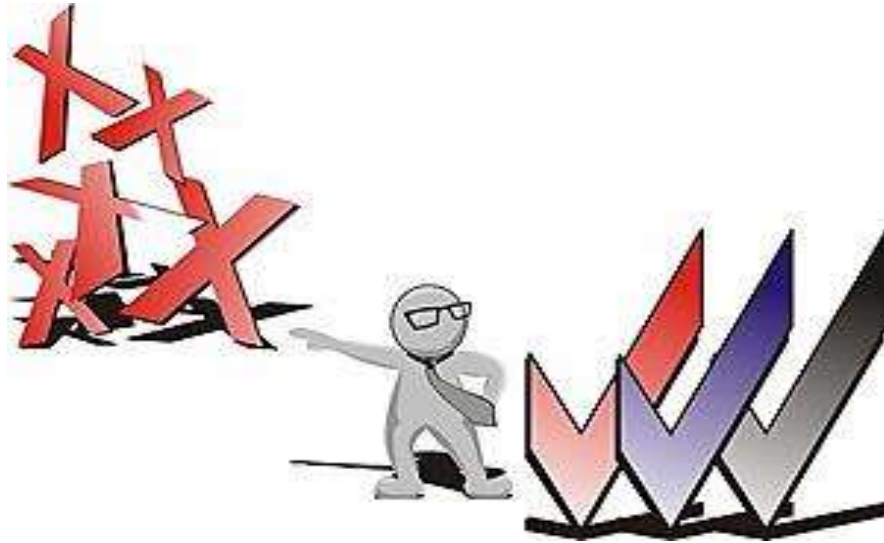
عام 1985 غيرت كوكاكولا التركيبة السرية لها والتي

استمرت لمدة 100 عام، واستبدلتها بتركيبة جديدة

أفضل وألذ وفقاً لخبراء التذوق لديها

ولكن... الجمهور غضب غضباً شديداً!!!!

الاستجابة السريعة



هنالك فرصه بنسبة 82% أن العملاء سيعاودون التعامل

مع مؤسسة ما إذا تم التعامل

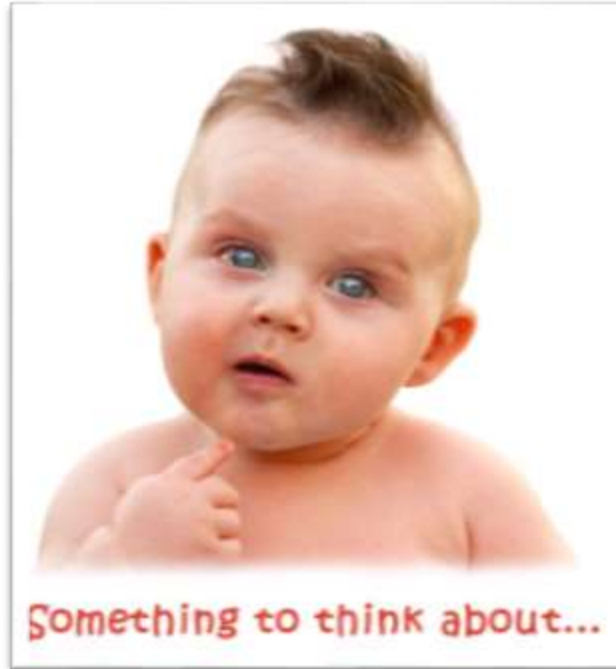
مع شكواهم بسرعة واهتمام



معالجة سريعة واهتمام بالغ	معالجة عادية	
% 52	%34	مشكلة كبيرة
%95	%52	مشكلة بسيطة

تمرين

ما هي احتياجات العميل؟



المحاضرة الثانية

المحاضرة الثانية

- احتياجات العملاء الأساسية الستة
- أزمة نيويورك تايمز
- احتياجات العملاء وفقاً لأحدث الإحصائيات المعتمدة
- بوصلة العوامل المرتبطة بالعمل
- كيف تحول العميل لمجنون بالأفعال؟

المحاضرة الثانية

- الأقوال الفظة مع العملاء
- البدائل المرغوبة في إتيكيت التعامل مع العملاء
- لغة الجسد الخاطئة والصحيحة في هذه المواقف، والاستخدام الصحيح لها
- الانطباع الأول - أهميته - وكيف ومتى يكون إيجابياً والعكس
- قاعدة ال 12



الاحتياجات الستة الأساسية للعميل:

اللطف والمجاملة والود

التفهم والتعاطف

العدالة

الانضباط

الخيارات والبدائل

المعلومات



إن معاملة العميلة بلطف وود ومجاملة
تجعل نسبة 98% من التعاملات تتم بسرعة وبكفاءة
أكثر!

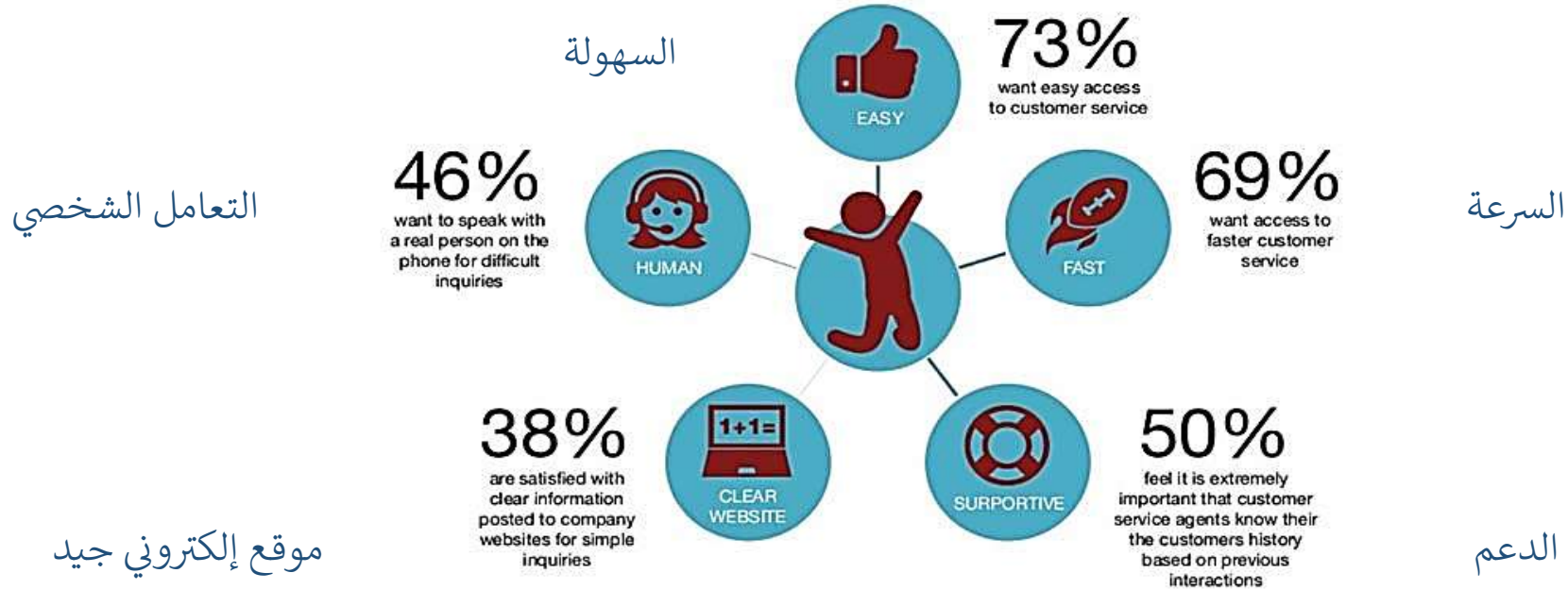
عدم العدالة وأزمة صحيفة نيويورك تايمز



ماذا يتوقع منك العملاء

WHAT CUSTOMERS EXPECT

besides competitively priced products and services which work flawlessly



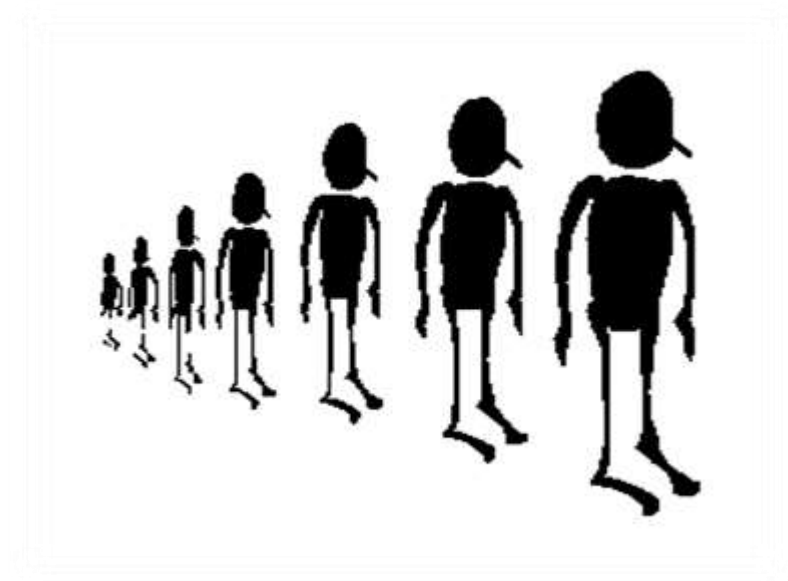


80% من العملاء غير الراضين سبب عدم رضاهم
هو سلوك مقدم الخدمة وليس السعر

كيف تحول العميل إلى مجنون؟



First come >>>> First serve



كيف تخرج العميل عن طوره؟



أفعال:

السخرية

التقليل من شأنها أو من شأن مشكلتها

إفشاء سرها

الصوت الحاد والعالي

تكرار الكلام بدون داعي

العصبية

ليس هذا من شأنك





فما البديل المرغوب
لهذه المعاني؟؟



قل ✓	لا تقل ✕
	لا أدري
	مستحيل.. لا يمكن..
	هذا ليس من عملي
	أنت على حق، إننا سيئون
	ليست غلطتي
	اشتكي لمن تشاء
	هدئ أعصابك
	أنا مشغول الآن
	اتصل مرة أخرى
	حظك سيئ معنا
	يبدو أنك لا تفهمني

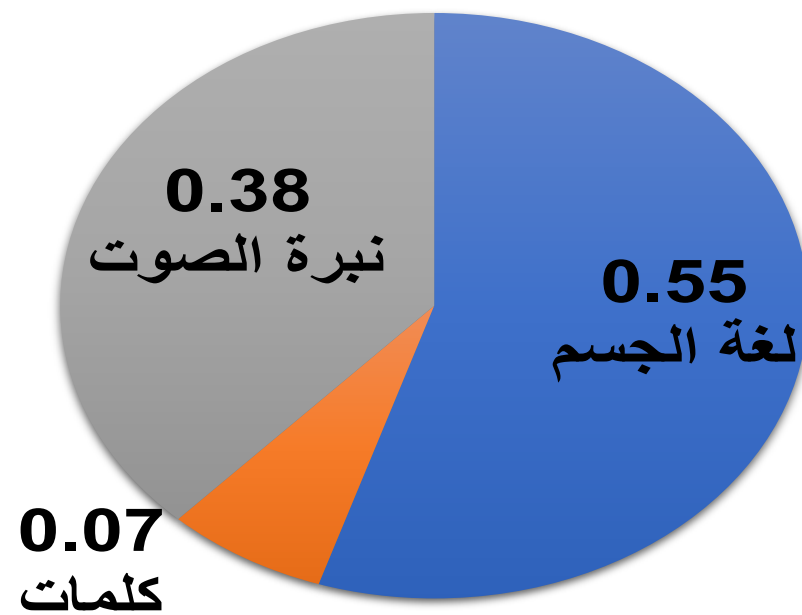


Customer Satisfaction



A study conducted by Seige Media

مبدأ ثلاثية الاتصال



1- التواصل البصري



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بزنس

2- تعبيرات الوجه





الابتسامة كالشمس المشرقة تضيء أحلك لحظات العمل

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بزنس

3- حركة ووضع الجسم



4- لغة الأيدي



جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

5- اللمس



6- مجال الحركة



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

الانطباع الإيجابي



المحاضرة الثالثة

المحاضرة الثالثة

- هل غضب العملاء في ازدياد؟
- لماذا يغضب العملاء؟
- لماذا لا أغضب مقابل غضب العميل؟
- تجربة شركة ماكдонаلدز
- تجربة شركة كينيث كول
- رحلة الاستكشاف والتنقيب في المشكلة والعمل
- المراحل الستة للغضب

هل غضب العملاء في ازدياد؟



- بسبب زيادة الضغوط
- بسبب قلة الموارد
- بسبب الحروب والأزمات الاقتصادية
- بسبب زيادة الوعي
- بسبب زيادة العنف
- بسبب وجود بدائل متعددة

لماذا يغضب الناس؟

• الإحباط والضغط

• لم يجدوا التقبل

• لم يجدوا من يفهمهم

• لم يجدوا من يقدرهم

• لم يجدوا من ينصت لهم

• لم تشبع احتياجاتهم



لا تبالغ في الوعود وتوقع كل شيء

حملة ماكдонаلدز و أوليمبيات 1984 م



عدم الوفاء يثير الاستياء

حملة ماكdonالدز و أوليمبيات 1984 م

فازت الولايات المتحدة ب 174 ميدالية، منهم 83 ذهبية. وبالطبع لم تستطع ماكdonالدز الوفاء بوعدھا
أو توفير وجبات كافية للجميع، وخرجت الأمور عن سيطرتها؛ مما أدى لغضب واستياء وفضيحة من العيار
الثقيل

الاستهانة بالعملاء أو بمشكلاتهم



ماذا حدث مع العلامة التجارية كينيث كول Kenneth Cole?



العلامة التجارية كينيث كول

للترويج لتشكيلة ربيع 2011 م نشرت على تويتر عن أن الملايين من الناس يجتمعون في القاهرة بعد انتشار شائعات باقتراب نزول مجموعة الربيع الخاصة، الأمر الذي قابله الكثير من المعجبين بالغضب، وخاصة أن الأمر لا يحتمل الفكاهة في ظل وجود العديد من الإصابات والقتلى في الميادين. فقامت بحذف تغريدتها بسرعة ونشر اعتذاراً رسمياً للجميع.

لماذا لا أغضب مقابل غضب العميل؟



دراسة د. ديفيد سوزوكي:

زفير شخص غاضب مليئة بالسموم المركزة
التي لو تجمعت لمدة ساعة واحدة ستكون
كافية لقتل 80 من حيوانات التجارب.

لماذا لا أغضب مقابل غضب العميل؟



- الخوف والغضب بقوة 6 هرتز، ترددات تحت الحمراء
- المشاعر السلبية تسبب إفراز الأدرينالين؛ مما يؤدي للشد العضلي وتوسع الأوعية الدموية وارتفاع الضغط واعتلال الجهاز الهضمي والحموضة والالتهابات واستنزاف طاقة الجسم بأكمله.

لماذا لا أغضب مقابل غضب العميل؟



وعلى المدى البعيد من خلال 300 دراسة عن علاقة التوتر بالصحة
على المدى البعيد فوجد أنه يسبب انخفاض المناعة، وبالتالي
التعرض للأمراض المزمنة والسرطان

لماذا لا أغضب مقابل غضب العميل؟



بينما الحب غير المشروط 100 هرتز ترددات فوق بنفسجية (من أعلى الترددات) يتسبب في إفراز الأندورفين الذي يؤدي للشعور بالسعادة وتقوية المناعة وتثبيط الآلام.



استراتيجيات العلاج

من هو العميل؟



جميع الحقوق محفوظة – إعمل بزنس

العملاء



الاستكشاف



المجارة والمحاكاة



المحاضرة الرابعة

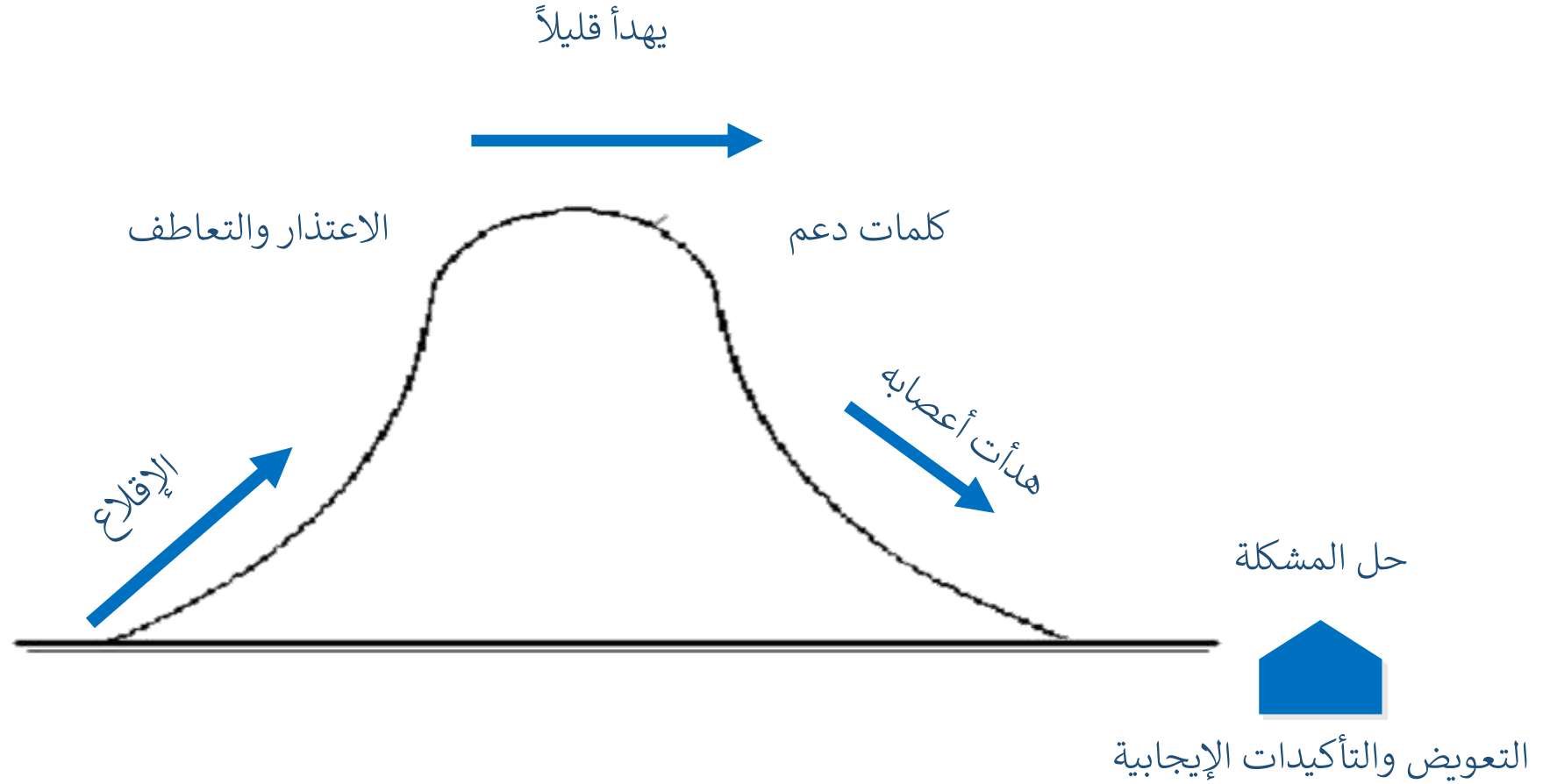
المحاضرة الرابعة

- منحنى الغضب ومراحله والتعامل في كل مرحلة
- التعامل مع شكاوى وغضب العملاء استراتيجيات وإجراءات
- استراتيجية LAST
- استراتيجية AAA
- القواعد من علم النفس السلوكي لكسب العملاء
- أسلوب الساندوتش
- لا القنبلة
- هل تستطيع تحويل العميل الغاضب لمروج لك؟
- استراتيجيات التخفيف من حدة الضغوط
- استراتيجية LISTEN

المراحل الستة للغضب



منحنى الغضب



استراتيجية

L
A
S
T

- انصت
- اعتذر
- حل المشكلة
- اشكر

استراتيجية AAA

- Apologize
 - Acknowledge
 - Address
- اعتذر
 - قدر وتقبل
 - اذكر بلورتك للمشكلة والحلول

Active listening الإنصات



- L** = Look interested - get interested
- I** = Involve yourself by responding
- S** = Stay on target
- T** = Test your understanding
- E** = Evaluate the message
- N** = Neutralise your feelings

ماذا تفعل عندما لا تستطيع قول نعم؟



أسلوب الساندوتش

لا "الصعبة" 💣

لا "الخدمة" 😊

الإجراءات التصحيحية



1. اعتذر للعميل وتعاطف معه

2. عالج المشكلة

3. قدم حافزاً رمزياً



العمل العنيف!!!!



دوافع السلوك العدواني

كيف يتم التعامل مع العدوانية؟





Shep hyken



هل يمكن تحويل العميل الغاضب إلى مروج؟



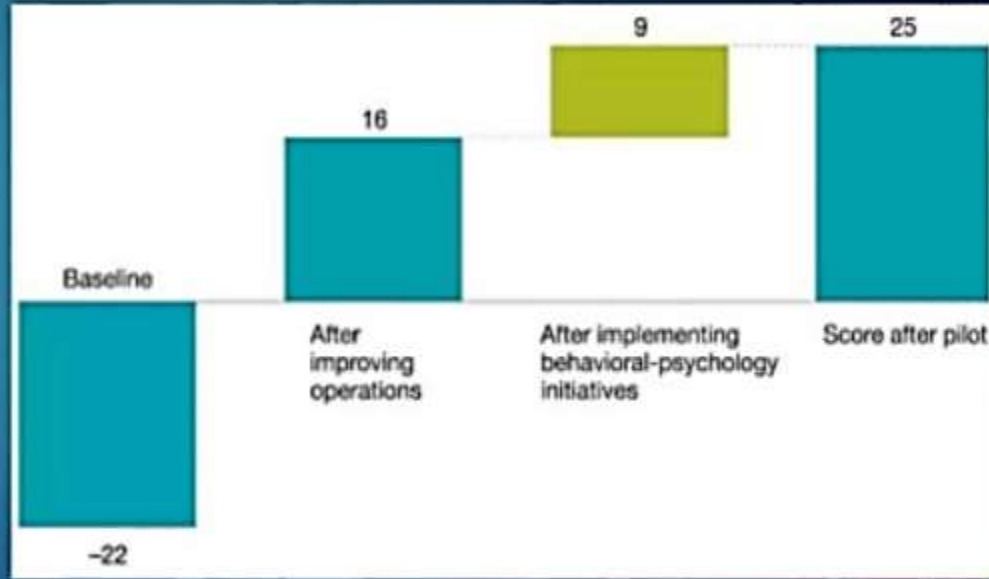
- يعتذر
- يرى ما يمكن فعله لإصلاح المشكلة
- يصلح المشكلة ويمنح تعويضات
- يدعو الزبون ليكون عضواً مشاركاً معهم ضمن برنامج التسوق السري للشركة ومنتجاتها

تطبيق علم النفس السلوكي على التعامل مع العملاء

- سلسلة التفاعلات مع العملاء تنتهي بنبرة إيجابية.
- الدمج لتقليل المدة المتوقعة وخلق شعور بالتقدم.
- تقديم خيارات بسيطة تمنح العملاء شعوراً بالتحكم والاختيار.
- دراسة تجريبية في إحدى شركات خدمات المستهلك.
- التحسينات في درجات رضا العملاء الناتجة عن مبادرات علم النفس السلوكي "المحسوسة" أعلى من التحسينات "المادية الملموسة" في العمليات.

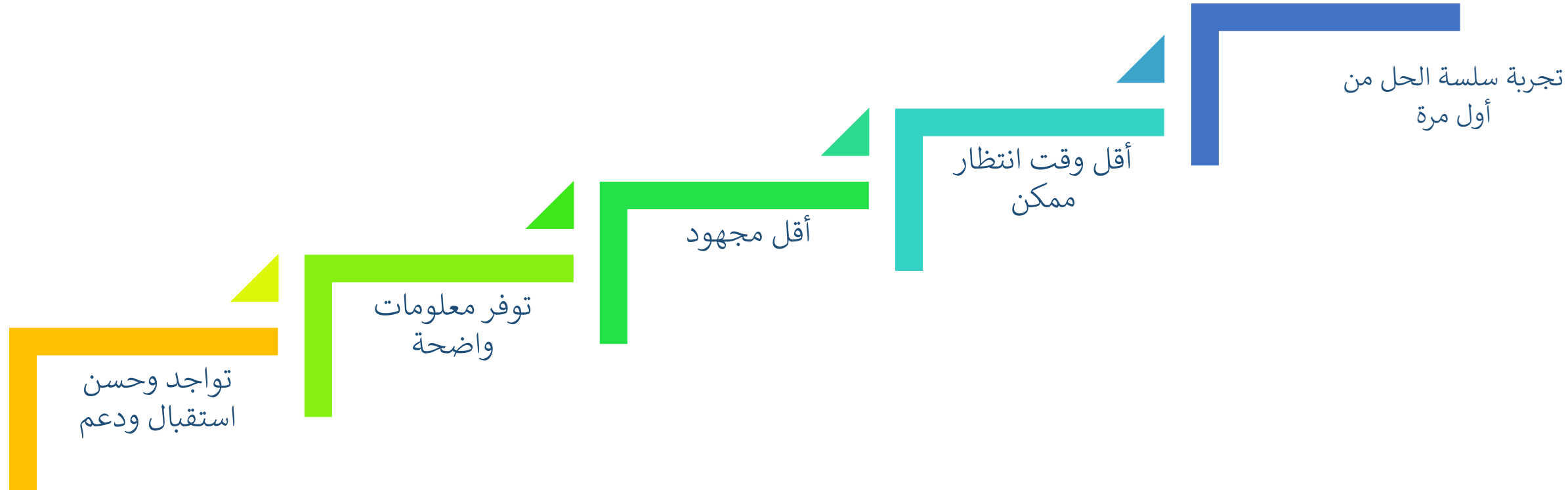
One pilot study at a

consumer-services firm found that improvements in customer-service scores accrued from behavioral-psychology initiatives rather than from improvements in operations.



Source: McKinsey Analysis

خمسة خطوات لإرضاء العميل



McKinney's customer experience survey 2016



Win-Win

اربح وتأكد من تحقق منفعة العميل



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

لتقليل الشعور بالضغط



- التنفس العميق
- شرب الماء
- الرياضة
- النوم الكافي
- الغذاء الصحي الغني بفيتامين بي والماغنسيوم
- التأمل في الطبيعة والاسترخاء
- البكاء يطرد السموم ويخفف الضغط

الخدمة السيئة لا ترد ولا تستبدل



الخدمة الجيدة ليس لها تاريخ انتهاء صلاحية



شكراً لكم