جامعة تبوك

حقيبة تدريبية بعنوان:

مهارات التعامل مع المستفيدين

(برنامج التنمية المهنية للفصل الدراسي الاول 1444هـ)

عمادة الموارد البشرية

إعداد

د. خالد عرب

1444هـ / 2022م

المحتويات

م	الموضوع	صفحة
أولا	مقدمة البرنامج ومسوغاته وأهدافه.	
1	الهدف العام للبرنامج.	
2	الأهداف التفصيلية للبرنامج.	
3	أسلوب تنفيذ البرنامج.	
4	توزيع محتوى الحقيبة على أيام التدريب.	
ثانيا	مقدمة نظرية ومفاهيم وتطبيقات	
1	يوضح مفهومي الاتصال الفعال وخدمة المستفيدين.	
2	يوضح أهداف و عناصر الاتصال	
3	يوضح الأنماط البشرية من المستفيدين	
4	يتعرف على مكونات الرسالة الكلامية وانواع الكلمات.	
5	يمتلك مهارات خدمة المستفيدين و الاتصال الفعال	
6	يتعرف على قاعدة 20/ 80 ودورها في تحسين الأداء تجاه المستفيدين	
7	التحول من الإرضاء إلى كسب الولاء.	
8	اكتساب عادة المبادرة.	
	أنواع المراجعين	
8	تدريبات وتطبيقات عملية على خدمة المستفيدين و الاتصال الفعال	
رابعا	المراجع	

أولا: مقدمة البرنامج ومسوغاته وأهدافه:

يهدف هذا البرنامج إلى تعريف وإكساب المتدربين مهارة استخدام استراتيجيات وطرق التعامل مع المستفيدين، كما يهدف هذا البرنامج إلى رفع الكفاءة المؤسسية المهنية لشاغلي الوظائف الادارية بأجهزتها المختلفة وكل من له علاقة بالعمل داخل الجامعة؛ فتطوير أدائهم في مجال التعامل مع المستفيدين يتطلب تدريب فعال على نماذج تدريبية حديثة في هذا المجال.

من هنا يمكن النظر إلي هذا البرنامج على أنه أحدى الطرق الفعالة لإعداد موظفي الأمن وتدريبهم في مواقف تطبيقية حقيقية في إطار مبسط يشبه الواقع يستطيعون من خلاله التصرف وفق اليات محددة نابعة عن وعي وفهم الواقع .

ولضبط إيقاع والية تنفيذ هذا البرنامج ؛ تم إعداد " حقيبة برنامج: " **مهارات التعامل مع المستفيدين** "

وفق معايير متقدمة، تؤدي إلى تطوير عمل الموظف في الوظائف الادارية وتجويده في مجال الاتصال مع الجمهور، من منطلق أن الاداري والموظف قائد التغيير والتطوير في الميدان بالإضافة الى انه مطبق لمعايير الجودة الخدماتية والتعليمية في ممارساته اليومية.

✸ الهدف العام للبرنامج:

- إكساب المتدربين مهارات وطرق حديثة في التعامل مع المستفيدين أو العملاء .

✸ الأهداف التفصيلية للبرنامج:

ويتوقع بعد نهاية الدورة التدريبية أن يكون المشارك او المتدرب قادر على أن :

- يوضح مفهومي الاتصال الفعال وخدمة المستفيدين.
- يوضح أهداف و أدوات الاتصال
- يوضح الأنماط البشرية من المستفيدين
- يتعرف على مكونات الرسالة الكلامية وانواع الكلمات.
- يمتلك مهارات خدمة المستفيدين و الاتصال الفعال
- يتعرف على قاعدة 20/ 80 ودورها في تحسين الأداء تجاه المستفيدين
- التحول من الإرضاء إلى كسب الولاء.
- اكتساب عادة المبادرة.

✸ الفئات التي يستهدفها البرنامج:

- موظفو إدارة الأمن في جامعة تبوك .

✵ أسلوب تنفيذ البرنامج:

يتم استخدام الأساليب التالية في تنفيذ البرنامج التدريبي:

- العروض التقديمية PPT.
- الحالات العملية.
- تعبئة النماذج
- تمثيل الأدوار.
- أوراق العمل الفردية والزمرية وورش العمل.
- المناقشة والحوار والعصف الذهني ودراسة الحالة.

❋ الأجهزة والأدوات المستخدمة:

سيتم استخدام الأجهزة والأدوات التالية في تنفيذ البرنامج التدريبي :

- جهاز عرض البيانات Data Show .
- اللوح القلاب وأقلام التخطيط.
- أوراق العمل.
- جهاز الفيديو كاسيت أو فيديو CD .
- أوراق بيضاء
- أقلام رصاص وحبر ملونة
- أوراق ملاحظات لاصقة
- شفافيات
- جهاز إسقاط الصور الرأسية Overhead Projector
- أقلام كتابة على السبورة - ثابتة (4 ألوان قمة مائلة)
- أقلام كتابة على الشفافيات
- أوراق ملونة، مكعبات ،وسائل تعليمية مختلفة ....
- قاعة التدريب :تشكيل مجموعة من الطاولات تحوي كل واحدة 5-6 مقاعد .

❋ مدة البرنامج:

يومين بمعدل 5 ساعات يوميا (من الثامنة صباحا حتى الواحدة ظهرا)

الجدول الزمني للبرنامج

❋ **توزيع محتوى الحقيبة على أيام التدريب** (2**يوم**)

اليوم الأول		
الجلسات	**الموضوعات**	**النشاطات التدريبية**
09.00	• التسجيل والتعارف	
	• تحديد أهداف البرنامج وتوقعات المتدربين. • التعرف على مفهوم مفهومي الاتصال الفعال وخدمة المستفيدين. • توضيح أهداف و أدوات الاتصال	• نشاط كسر الجمود • عرض تقديمي ومناقشة
استراحة	11:00 – 10:40	**استراحة** (**قهوة وشاي** ...)
	• يوضح الأنماط البشرية من المستفيدين وطرق التعامل معهم.	• عمل في مجموعات
	• يتعرف على مكونات الرسالة الكلامية وانواع الكلمات	• عرض وتطبيق
اليوم الثاني		
الجلسات	**الموضوعات**	• **النشاطات التدريبية**
09.00	• مراجعة أفكار ونشاطات اليوم التدريبي الأول.	• مناقشة
	• يمتلك مهارات خدمة المستفيدين و الاتصال الفعال.	• عرض تقديمي ومناقشة وتطبيق
استراحة	11:00 – 10:40	**استراحة** (**قهوة وشاي**)
	• يتعرف على قاعدة 20/ 80 ودورها في تحسين الأداء تجاه المستفيدين. • التحول من الإرضاء إلى كسب الولاء.	• عمل في مجموعات وتطبيق
	• انواع المراجعين. • اكتساب عادة المبادرة. • تدريبات وتطبيقات عملية على طرق خدمة المستفيدين.	• عمل في مجموعات وتطبيق

ثانيا: مقدمة نظرية

تمهيد:

لا شك أن أهمية المراجعين في كل المؤسسات تشكل المساحة الأكبر من الاهتمام والحرص وحسن المعاملة. حسن المعاملة يجب أن يكون مبدأ في التعامل مع جميع شرائح المجتمع، وهذا يتطلب مجهودا للوصول إلى القمة في فن التعامل عبر المهارات الشخصية.

إن المهارات الشخصية لكل فرد، هي التي تحدد مدى مستوى نجاحه في الحياة عامة، والاجتماعية والعملية خاصة. لهذا يتحتم على كل من تشمله الرغبة في النجاح في عملية العناية بالتعامل مع المراجعين أو الجمهور أن يذهب إلى صقل مهاراته بأساليب علمية عملية مدروسة وقوانين التعامل المحكمة التي تحدد طبيعة علاقة المرسل بعلاقة المتلقي من طبيعة المعاملة.

فمن المؤكد أن إعطاء خدمة جيدة ودائمة أوفر وأنجح للفرد من إعطاء خدمات سيئة أو مؤقتة. بل أكثر من ذلك فإن إعطاء خدمات سيئة قد يؤثر على الفرد وعلى الجهة التي يمثلها بخسارة كبيرة في الوقت والمال والجهد لإصلاح ومعاينة الأخطاء والأعطال التي سيتم التعرض لها.

ولهذا لابد من إزالة المعوقات التي تحول دون تقديم أفضل الخدمات، والتوجه نحو تخطيط أفضل للخدمات بإتباع نهج مثالي لصقل المهارات الشخصية و للتغلب على أي معوقات.

مفهومي خدمة العملاء والاتصال الفعال:

خدمة العملاء(المستفيدين):

هي مجموعة من الممارسات التي تهدف إلى تعزيز مستوى رضا العملاء اي الاحساس بأن الخدمة أو المنتج قد نال رضا العميل و بتعريف أدق : هي العملية التي يتم من خلالها تلبية احتياجات وتوقعات العملاء من خلال تقديمة خدمة ذات جودة عالية ينتج عنها رضا العملاء.

وتتفاوت أهمية خدمة العملاء حسب نوع المنتج ونوع العميل، فمثلا العميل الخبير يتطلب خدمة أقل من المبتدئ سواء كان سلعة أو خدمة، ويكون خدمة العملاء أكثر أهمية في شركات تقديم الخدمات مثل الاتصالات أو الإنترنت أكثر من الشركات التي تقدم السلع .

الاتصال الفعال:

هو الفعل الذي يحقق أقصى درجات التواصل باستثمار كافة إمكانيات الإلقاء والتلقي باستخدام الوسائل والوسائط التي تناسب الحال في بعديه الزماني والمكاني.

فعل: إن التواصل الفعال فعل يقوم به الكائن البشري وليس فطرة جبل عليها.

التوازن : بين الإلقاء والتلقي من حيث استثمار إمكانيات الطرفين

الاستخدام الأمثل: لكافة أشكال التواصل الذاتي والجماهيري من نصوص، وصور ثابتة أو متحركة..

مواءمة هذه العناصر: لمقتضى الحال في بعديه الزماني والمكاني. حتى تتحقق مقولة: «لكل مقام مقال».

برأيك ...

- ما هو مفهوم خدمة المستفيدين برأيك ؟
- اعط امثلة على بعض الممارسات ؟

.....

.....

مهارات خدمة الجمهور والاتصال الفعال

قبل التعرف على مهارات الاتصال الفعال لا بد أن نتعرف على الأنماط البشرية وفقا للإدراك وهي:

✸ الأشخاص البصريون:

- يركز الأشخاص البصريون في تعاملهم مع الآخرين على الأشياء المرئية كالصور والمناظر والعروض والألوان،
- يكررون حركة العين في الاتجاه إلى الأعلى وأحياناً يتم النظر إلى الفضاء أثناء استعراضهم للصور المخزونة في عقولهم.
- غالباً يستخدمون مفردات في كلامهم، مثل :أرى، أشاهد، ألاحظ، أتصور، أحاول رسم الصورة في مخيلتي...

✸ الأشخاص الحسيون أو اللمسيون:

يركز الأشخاص الحسيون في تعاملهم مع الآخرين على إحساسهم ولمسهم للأشياء، وغالباً ما يستخدمون الكلمات وعبارات ذات دلالات حسية لمسية، مثل :أشعر بالارتباك ، أحس بألم ، ألمس ...الخ.

✸ الأشخاص السمعيون:

يركز الأشخاص السمعيون في تعاملهم مع الآخرين على وقع الصوت وتأثيراته واستخدام الكلمات المرتبطة بالسمع مثل :أسمع، أنصت، أتحدث، أقول .... الخ.

على شكل مجموعات ...

ناصر شخص ذو نمط يميل إلي البصري وأكرم ذو نمط يميل إلى السمعي وكمال ذو نمط يميل إلى الحسي أو المسي أراد محمود أن يقدم لهم مكافئة لإنجازهم المتميز في العمل ....ما نوع المكافئة التي تقترحها لهم؟

.....

.....

مكونات وعناصر عملية الاتصال

المصدر أو المرسل

الجهة أو الشخص الذي يسعى إلى توصيل الفكرة

المستقبل

الجمهور، المستمع، القارئ، المشاهد الذي تستهدفه بالرسالة

نشاط رقم (2)

مع أفراد مجموعتك استخرج العبارات الدالة على الاتصال في الآيات الكريمة أو الأحاديث الشريفة التالية؟
ثم اذكر أمثلة أخرى ؟
قال تعالى: ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ... سورة النحل.
قال تعالى: فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنْ اللهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظّاً غَلِيظَ الْقَلْبِ لاَنْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ ... سورة آل عمران.
قال صلى الله عليه وسلم: تبسمك في وجه أخيك صدقة... صحيح البخاري

.....

تعرَّف على مكونات الرسالة الكلامية:

توجد ثلاثةُ عناصرَ نتواصل بها حين نتكلم:

1. عنصر لفظي ، وهو: الكلمات التي نقولها.
2. عنصر صوتي، وهو: رنين الصوت وحماسته وبروزه.
3. عنصر بصري، وهو: شكل الوجه وحَرَكة الجسم.

ولا بدَّ من انسجام هذه الثلاثة العناصر وتكاملها؛ إذ يعدُّ التناقض بينها الحاجزَ الأكبر دون وقوع الاتصال الفعال.

وهذه العناصر حين تتلاحم يتساوى وزنُها في إعطاء المصداقية والثِّقة، لكن حين تتناقض فيما بينها، فإنَّ: العنصر اللفظي يأخذ فقط من الثِّقة والمصداقية(7%). والعنصر الصوتي (38%). والعنصر البصري (55%).

نشاط : **أنواع (الكلمة)**:

مع أفراد مجموعتك أعط أمثلة أعلى أنواع الكلمات التالية ؟

- الكلمة المعروفة التي درج الناس على تقديرها واستحسانها .... وقولوا لهم قولاً معروفاً
- الكلمة السديدة وتهدف إلى الرّشاد والتسديد لخطى السامع .... فليتّقوا الله وليقولوا قولاً سديدا
- الكلمة الكريمة تثري سامعها إمّا بموعظة أو نصح أو توجيه أو شكر ... وقل لهما قولاً كريما
- الكلمة البليغة هي التي تبلغ أسماع الناس فتؤثر فيهم ... وقل لهم في أنفسهم قولاً بليغا
- الكلمة التشهيرية .... لا يحبّ الله الجهر بالسُّوء من القول
- الكلمة المتأففة ... فلا تقل لهما أفٍ ولا تنهرهما
- الكلمة المزخرفة ... يوحي بعضهم إلى بعض زخرف القول غرورا
- الكلمة المحبطة ... إنا لنراك في ضلال مبين

تفقد قاموس كلماتك الخاصة واستخرج منه أجمل ما فيه من كلمات!!

.....

مهارات خدمة الجمهور والاتصال الفعال

خاطِبُ العاطفة

تعدُّ العاطفة حارسةَ بوَّابة الذِّهْن؛ إذ يقتنع جُلُّ الناس بعواطفهم، ويبررون بعقولهم، والاتصال الفعال يعني ارتباطَ المتكلم مع المستمع على مستوى عاطفي، وليس فقط على مستوى فِكري.

فاحرصْ على أن تتواصلَ مع الآخرين بالبُعد العاطفي وإثارة المشاعِر، الذي يمكنك القيامَ به عبرَ الجاذبية الشخصية، والارتكاز على عناصر الاتصال الصوتيَّة والبصرية.

نشاط :

يقول احد الكتاب المعروفين:

(حين يسود الجفاء ويضعف التواصل والتعاطف بين أبناء العمل الواحد فإن الناس ينظر بعضهم إلى بعض بعيون متوحشة، ويصبح تلاقي عيونهم مصدراً للضيق والانزعاج، وتقع المشكلة أو يقع الخلاف حول شيء في غاية السهولة، كما يصبح رأب الصدع شاقًّا وعسيراً)

ناقش هذه العبارة !

.....

كن إيجابيا

الايجابية هي: طريقة تفكير وطريقة تصرف أي فكر وسلوك معا بهدف النجاح والتفاؤل والقناعة وإحسان الظن ودعم الآخر ..

ما الفرق بين الشخص الايجابي والشخص السلبي؟	
الايجابي	السلبي
يفكر في الحل	يفكر في المشكلة
لا تنضب أفكاره	لا تنضب أعذاره
يهتم بإيجابيات الآخرين ومزاياهم	تشغله عيوب الآخرين وسلبياتهم
يتذكر ويحفظ للآخرين أعمالهم المميزة	يتذكر ويحفظ للآخرين أخطائهم وإساءتهم فقط
يسارع إلى الاعتذار للآخرين	يتأخر في الاعتذار وقد لا يعتذر
يرى حلا لكل مشكلة	يرى مشكلة في كل حل
الحل صعب لكنه ممكن	الحل ممكن لكنه صعب
يعامل الناس كما يحب أن يعاملوه	يهاجم الناس قبل أن يهاجموه
يرى في العمل أمل	يرى في العمل ألم
يتمسك بالقيم ويتنازل عن الصغائر	يتشبث بالصغائر ويتنازل عن القيم
يصنع الأحداث	تصنعه الأحداث
دائماً يشكر	دائماً يشتكي

اتصل بالعين

- نظرتك الحانية حين تتحدَّث إلى المستمع شعاعٌ يُبهِج قلبه، ويُشعره بالألفة والارتياح والمشاركة، ويجعله يحسُّ بأنك تتحدَّث إليه مباشرة، فركزْ نظرك إليه وقتًا كافيًا قبل أن تصرفَه - إن كنت محتاجًا إلى ذلك - وواصل نظرَك بصِدق وثبات عند المحادثة.
- عند التحدث مع فرد واحد من الجيد أن تحافظ على استمرارية التواصل بالعين ولكن انتبه من أن هذا التركيز إذا زاد عن حدة يمكن أن يعطى انطباع مزعج أو غير مريح للطرف ألآخر، ولتتخلص من هذه المشكلة قم بإبعاد نظرك عنه كل 5 ثوان لكن لا تنظر إلى الأسفل بل انظر إلى أعلى أو إلى الاتجاه أللآخر حتى يعتقد الطرف الآخر انك تحاول تذكر شيء ما.
- إذا كنت تتحدَّث إلى مجموعة، فقُمْ في بداية حديثك بإجراء مسْح عيني لمدة قصيرة لجميع الحاضرين، ثم بعدَ ذلك ابدأ بالاتصال العيني مع كلِّ فرد على حِدَة، ولا تنسَ الأشخاص الذين يقعون في الحافَّات البعيدة. واحترس من التركيز مع احد الأشخاص وإهمال الآخرين حول نظرك إلى فرد جديد من المجموعة مع كل كلمة جديدة تقولها وبهذه الطريقة ستكسب اهتمام جميع الأفراد أثناء الحديث.
- عند الاستماع إلى شخص ما باهتمام قم باستخدام الطريقة التالية : النظر إلى إحدى عينيي المستمع لمدة 5 ثوان، ثم النظر إلى العين الأخرى لمدة 5 ثوان أخرى، ثم إلى فمه، وبعد ذلك إلى انفه، وهناك أشياء أخرى إضافية للتواصل مثل الإيماءات وبعض الأصوات مثل: نعم، إم...إلخ.
- عند المجادلة كن قوي النظرة لأنك إذا انحرف نظرك عن من تجادل سوف يضعف هذا موقفك وتخسر في المجادلة، لذا عليك أن تركز بنظرك على من تجادل عند استماعك إليه أو عند استماعه إليك، واعلم أن الشخص الذي تجادله سيحاول أن يقول كلمات يمكن أن تضعف من موقفك أو تقلل من شأنك، لذلك لا تهتم بهذه الكلمات وابق هادئا، مع استمرار النظر إليه وهذه هي الطريقة الفعالة للفوز بالمجادلة.
- عند محاولة جذب شخص أو زميل ما إليك وانك تريد أن تشعره بأنك مهتم به عليك أن تغمره بعينيك من خلال انتباهك إلى كل ما يقوله لك، أبتسم في وجهه ولكن في الوقت المناسب. وإذا شعرت انك تحملق إليه بشكل زائد انقل نظرك إلى ملامحه ، فمثلا يمكن أن تنظر إلى شفتاه أو خديه أو انفه ثم اعد النظر إلى عينيه مرة أخرى .

قف منتصباً

- تعلَّم أن تقف منتصبًا، مع مَيْل قليل بكافَّة جسمك إلى الأمام، وأن تتحرَّك بصورة طبيعيَّة، فذلك سيعطيك مظهرَ الثقة الكاملة بالنفس، وإيَّاك أن تنكمش وتكون في حالة انحناء، أو ترجع جُزْأك الأعلى إلى الخَلْف، أو تعتمد على إحدى رجليك؛ لأنَّ ذلك سيجعلك تبدو مترددًا، وفي حالة متوتِّرة.

- لا تتكئ على جدار، ولا تضع رِجلاً على رجل؛ إذ يُعطي ذلك انطباعًا غير جيِّد عنك، ويؤثِّر على وضعية جسمك.

- بالغ بإشاراتك الإيجابيَّة نحوَ المتلقي، ولا تقلق من ذلك؛ لأنَّك مهما بالغتَ فستكون في حالة قريبة من الحالة الطبيعيَّة.

- تحرك دائمًا بوعي ضمن مستوى طاقتك الطبيعيَّة؛ لأنَّ الحركة الدائمة تعكس الثِّقةَ بالنفس، وتقوّي الطاقة، وتُدخل لمسةَ تنويع في طريقة الاتصال.

- اجعل يديك بجانبيك عندما لا تُريد تأكيدَ الكلام عبرَ حركاتك، وعندما تريد ذلك إرادةً نابعةً من الحماسة الطبيعية فلا تقلق فإنَّ ذلك سيحدث عفويًّا . فمن غير المرغوب ان تكون يداك ضحيَّة إشارات عصبية مستمرة ؛ وبخاصَّة حين تكون مضطربًا أو في حالة عصبية.

اجعل مستمعك مهتماً بحديثك

- حافِظْ على تفاعل مستمعك واهتمامه بحديثك، ولا تَكتفِ بإشراكه في الجانب الفِكري فقط، بل اجعلْه يقع تحتَ تأثير المؤثِّرات المختلفة، حتى تتمكنَ من تحريك المشاعر والعقول معًا؛ لأنَّ المستمع كلَّما كان منهمكًا معك أكثر، ومشاركًا بصورة أكبر، كلَّما زادتْ فُرَصُك في إقناعه والتأثير عليه.

- لذا فلا بدَّ من الحِرْص على القيام بتطبيق مهارات تجذب المستمع، وتجعل رُوحَ التفاعل تسري في نفسه، من مثل:

* إيراد القصص والأمثلة والأشعار.
* طَرْح الأسئلة والألْغاز والطُّرَف.
* القيام بحركات هادفة وجذَّابة.
* إشراك المستمع ببعض الأنشطة.
* طلب رفْع الأيدي للموافقة أو المخالفة.
* استخدام بعضِ وسائل العَرْض.

يقول الإمام الشافعي رحمه الله :

- إذا المَـرءُ لا يَرعـــــاكَ إلّا تَكَـلُّفـاً ... فَدَعــهُ وَلا تُكثِـر عَلَيهِ التَأَسُّفــا

- فَفِي النَّاسِ أبْدَالٌ وَفي التَّرْكِ رَاحةٌ ... وفي القلبِ صبرٌ للحبيب ولو جفـا

كن مرحا

يُحبُّ الناس الفُكاهة، ويتعلَّمون أكثرَ من خلالها، ويزداد ارتباطُهم بالشخص المَرِح، وتزداد ثقتهم وتعاطفهم معه، وقَبولهم لأفكاره أكثرَ مما لو قام بطَرحها بطريقة جادَّة، فابتعدْ عن جفاف الأحاسيس، وزِدْ من مرحك، وابذلْ جهدًا واعيًا؛ لتجعل مَن تتواصل معه يستمتع بحديثك، ويقضي وقتًا جميلاً معك.

ومن أبرز ما يُعينك على ذلك:

- تعبيراتُ وجهك المبتسمة.
- إيرادُ بعض القصص والمواقف الطريفة، ذات الصِّلة بموضوع الحديث.
- قيامك بالاستفادة من تعليقات الآخرين في إدْخال جوِّ الطُّرْفة والمَرَح على حديثك.

طرفة :

جاء رجل إلى آخر يطلب الأجرة عن دار كان قد أجرها له فقال المستأجر يشكو: أعطيك الأجرة، ولكن أولاً أصلح هذا السقف فأنه يهتز ويتفرقع ... فقال صاحب الدار: لا تـخـف ... فإنما يسبح السقف من خشية الله ... فقال المستأجر: نعم ... لكني أخشى أن يدركه الخشوع فيسجد.

اذكر مثالا على طرفة حدثت معك؟

.....

دع الافتعال واضبط أحاسيسك

كن طبيعيًّا، صادقًا مع نفسك، عفويًّا، هادئًا، سامحًا لمشاعرك بالظهور، متحدثًا من أعماقك، مبتعدًا عن اصطناع المواقف، وافتعال العبارات، فذلك سيُشعر مستمعيك بالبهجة، ويجعلهم يعتقدون بأنَّهم يتواصلون مع شخصية غير متكلِّفة ولا متصنعة.

إذا استفزك أحدهم دَعِ الغضب، واضبطْ أحاسيسك، وسيطر على انفعالاتك، وإيَّاك أن تفقدَ القدرة على التركيز في تفكيرك، فإنَّ ذلك سيدمِّر تواصلَك، ويفقدك الإيجابية وامتلاك رُوحِ المبادرة، والسيطرة على انفعالاتك، ويَحُول دون نُضْج طرْحك وتميُّز حديثك.

كيف تتصرف إذا استفزك احدهم ...تامل ما يلي :

ركبت سيدة بدينة جداً باصا للركاب فصاح عليها أحد الراكبين متهكماً: لم أعلم أن هذه السيارة مخصصة للفيلة .. فردت عليه السيدة بهدوء: لا يا سيدي ... هذه السيارة كسفينة نوح ... تركبها الفيلة والحمير أيضا.

... ما رأيك ؟

.....

اذكر مثالا على استفزاز حدث معك؟

.....

تطبيقات قاعدة 20 / 80

من المهم أن نعرف أننا جميعا نطبق قاعدة 20/ 80 دون أن نقصد. فمن المفروض نظريا أن هذه التدوينة تقدم 80 % أو أكثر من القيمة و الأفكار المتعلقة بالموضوع الأصلي مقابل 20 % فقط من الجهد و الوقت و التكلفة. و هذا في حد ذاته دليل على صحة و مصداقية القاعدة.

ما هي قاعدة 80/20

كان "باريتو" – الاقتصادي الإيطالي الشهير – أول من اكتشف القاعدة عام 1897، فكيف تم ذلك ؟
كان "باريتو" يدرس توزيع الإنتاج والثروات داخل المجتمع، فوجد أن حوالي 20 % من المصانع تنتج 80 % من إجمالي الإنتاج، كما أن 20 % من الأثرياء البريطانيين يحصلون على 80 % من إجمالي ثروة المجتمع.
قام "باريتو" بعد ذلك بدراسة مجتمعات أخرى، وكانت دهشته كبيرة عندما توصل لنتائج مشابهة للنتائج السابقة. ثم انتقل إلى دراسة ظواهر أخرى، غير الإنتاج والتوزيع، فوجد أن أرقام 20 و80 تفرض وجودها وتتكرر في كل مناحي الحياة، فلم يجد أمامه بدا من أن يطلق على هذا الاكتشاف "قاعدة 80 / 20". كان "باريتو" ولعا بالأرقام، وكان دائم التطلع إلى الإحصائيات التي تدرس العلاقات بين الظواهر ومسبباتها. ولذا تمكن من اكتشاف هذه القاعدة التي لم نجد لها تفسيرا منطقيا حتى الآن، ولم يستطع أحد أن ينكرها. وقد يكون السبب في عدم انتشارها هو عجز العلماء عن تفسيرها أو نقدها. فالإنسان لا يحب أن يتعامل إلا مع ما يستطيع أن يفهمه ويفسره.
يطلق على قاعدة (80/20) قانون القلة القوية والكثرة الضعيفة. وتنص القاعدة على أن: " 20 % من الأسباب التي نأخذ بها تحقق 80 % من النتائج التي نحصل عليها، بينما لا تحقق ال 80 % الأخرى من الأسباب إلا 20 % فقط من النتائج."
و لكن لا يجب أن تتخذ قاعدة 80/20 لبذل 20 % من الجهد و توقع الحصول على 80 % من النتائج، هذا سوء فهم متعمد للقاعدة. فقاعدة 80/20 لا تدعو إلى استبعاد 80 % من الجهد، بل إلى تركيز جهودك و مواردك على أهم 20 % منها. فهي ترى أن 20 % من الجهد الفعال أهم بكثير من 80 % من الجهد العادي.

داخل مؤسستك:

- هل تلاحظ أن 80 % من الأرباح تأتي من 20 % من المنتجات؟ وأن 80 % من الإيرادات تأتي من20 % من العملاء فقط، بينما لا يولد باقي العملاء إلا 20 % من الإيرادات فقط؟
- هل تدرك أن 20 % من الموظفين يؤدون 80 % من العمل، بينما يكتفي بقية الموظفين (80 %) بإنجاز20 % فقط.

في المجتمع:

- تقع 80% من الجرائم داخل20 % فقط من المناطق السكنية، بينما تكاد تختفي من باقي المناطق80%
- 20% من السائقين يرتكبون80% من مخالفات المرور. فهناك سائقون يرتكب الواحد منهم 3مخالفات يوميا، وآخرون لا يرتكبون ثلاث مخالفات في الشهر أو حتى في السنة.
- تصدر80% من حالات الطلاق عن20% فقط من الرجال، بينما لا يصدر عن بقية الرجال (80%) إلا 20% فقط من حالات الطلاق. فهناك رجال يطلقون أكثر من 5 مرات في حياتهم.

في البيت:

- ألا تلاحظ أنك تفضل ارتداء 20 % فقط من الملابس المتراكمة في دولاب ملابسك خلال 80 % من الوقت، بينما لا تقوم باستخدام بقية الملابس (80 % منها) إلا بمعدل 20 %
- وأنك تستخدم 20 % من الأدوات والأجهزة في البيت لأداء 80 % من الأعمال المنزلية، وتبقى 80%
- من موارد المنزل معطلة لحساب 20 % فقط من الأعمال.

في السيارة:

- من المعلوم أن قوة المحرك التي تستخدمها لتحريك سيارتك تعادل 20 % من قوة المحرك الحقيقية والتي يضيع 80 % منها في غازات الاحتراق.

في المكتب:

- أنت تستخدم20 % من الأوراق والملفات التي يكتظ بها مكتبك80 % من الحالات، بينما لا تستخدم80% من الأوراق والملفات المتبقية إلا بمعدل 20%

في الصناعة:

- 20 % فقط من الشركات والمؤسسات تحصل على – 80 % من الأرباح المحققة في مجال معين، بينما لا يتبقى للمؤسسات الأخرى (80 %) إلا 20 % فقط من تلك الأرباح.

في العالم:

- يتحكم ويستهلك 20 % من سكان العالم 80 % من موارده، بينما يبقى 80 % من سكان العالم عرضة للمجاعات والفقر ولا يحصلون إلا على 20 % فقط من تلك الموارد.

أخيراً ..

الرقمان 20 و 80 هما رقمان افتراضيان. والنسبة 80/20 لا تعني بالضرورة أن تحقيق 80 / 20 % (بالضبط) من الأهداف لا يستدعي سوى 20 (بالضبط) من الوسائل الفعالة. بل إن المقصود هو النسبة الحقيقية تقترب من 20 / 80 ، فقد تكون النسبة 70/30 ، بمعنى أن 30 % من الوسائل الفعالة تحقق70 % من الأهداف أو قد تكون 25 / 75هل تعرف تطبيقات اخرى للقاعدة ؟ شاركنا إياها ؟؟

اذكر تطبيقا على 80/20 ؟
.....

التحول من الإرضاء إلى كسب الولاء.

الولاء أعمق وأثرى وأنقى وأرقى من الرضى لأن الولاء يعني تطابق الأهداف والقيم للمؤسسة مع أهداف وقيم الفرد المستفيد، وكسب الولاء يؤدي الى مرحلة اعمق وهي الانتماء ويمكن كسب ولاء المستفيدين او العملاء من خلال ما يلي:

- أن يكون لديك الشعور بالفخر بمنصبك ومنتجك ومؤسستك.
- أن تكون لطيفا مع العميل ، ولديك الرغبة بتقديم الخدمة ويفضل أن تقدم بشغف
- تعامل العميل باحترام ورقي ، والاهتمام والرعاية وإظهار التعاطف
- مساعدة العميل في اتخاذ القرار وإرشاده ، التعامل بمهنية وحرفية
- الفاعلية في الأداء ، احترام وقت العميل ورغباته.
- احترام جميع الثقافات والتنوع الحضاري والديني والعرقي
- إظهار نفس الفاعلية في الأداء في كل مره يتعامل فيها العميل معنا
- إظهار الاحترام لطبيعة عملهم وشخصهم ومنصبهم
- الابتعاد عن المظاهر المستفزة في الهيئة العامة ـ عوامل تشتت
- الحرص على ارتداء الزي الرسمي للمؤسسة وارتداء بطاقة العمل بفخر
- عدم الخوض بمواضيع شخصية مع العميل و محاولة الابتعاد عن إظهار اية ميول طائفية ـ سياسية – دينية
- الابتعاد عن أي اتصال جسدي مع العميل
- عدم تقبل أية هدايا من العميل ، وعدم التواصل مع العميل الا لغايات العمل
- متابعة العميل وإظهار الاهتمام بعد تقديم المنتج والتعامل مع شكاوى العملاء بمهنية وحرفية
- تقبل النقد البناء من العميل ، والسعي لتطوير برامج متابعة العملاء وتلقي اقتراحاتهم .
- عدم التجادل مع زملاء العمل أو المشرفين امام العملاء وعدم التجادل مع العملاء أمام بعضهم البعض
- في حال انتقادك يجب أخذ الموضوع على أنه انتقاد عمل وليس انتقاد شخص
- تجنب مناداة العملاء بأسمائهم يجب استخدام كلمات مثل (سيد ، أنسة ، مدام ، دكتور ..)
- الابتسامة مفتاح للخدمة المميزة

ملاحظة: :

جميع النقاط السابق ذكرها تقل قيمتها ما لم يقدم صاحب العمل (سلم رواتب عادل، برامج مكافئات وحوافز، برامج تطوير وتدريب، بيئة عمل صحية، أمان وظيفي، التدرج بالمنصب، برامج تقييم مهنية عادلة ، والأهم التقدير والاحترام والتشجيع.

بشكل فردي اعط نفسك علامة من 10 درجات بمد التزامك بالمعايير السابقة لكسب ولاء العميل او المستفيد؟؟

.....

(يَا أَيُّهَا النَّمْلُ ادْخُلُوا مَسَاكِنَكُمْ لا يَحْطِمَنَّكُمْ سُلَيْمَانُ وَجُنُودُهُ وَهُمْ لا يَشْعُرُونَ..) ولعل بقية النمل شاهد نفس الموقف ولكن ردة الفعل اختلفت.. فكانت هي المبادرة التي تحملت المسؤولية فاستحقت بذلك أن تذكر في القرآن الكريم .

- كن مبادراً.. تعني أن حياتك يجب أن تكون نتاج قراراتك، قراراتك التي تتحمل أنت، وأنت فقط مسؤولية اتخاذها.

- كن مبادراً.. تعني أن حياتك يجب أن تكون نتيجة قيم أنت تؤمن بها، ولديك اليقين الكامل فيها وتعيش حياتك وفقاً لها، ولديك الاستعداد أن تموت من أجلها، ألم تسمعوا قصة بلال بن رباح رضي الله عنه (أحدٌ أحد)

- أن تكون مبادراً ..يعني أنه لا يجب بأي حال من الأحوال أن تكون حياتك نتيجة لقرارات انفعالية ، تخضع للمزاج أو المشاعر أو ما يريده أو ما قد يقوله الآخرون ، انبذ قوانين الفيزياء في التعامل مع البشر.. (كن مبادراً.. فكر في أمر يهمك ويهم مجتمعك، كن متميزاً في مجال يجذبك ويستهويك.. اعرضه على ميزان الشرع والعقل والقيم والأخلاق والبيئة فإن وافقها فهو مما يجدر بك الاستمرار بل والتميُّز فيه.

- كن مبادراً.. واستخدم لغة المبادرة بداخلك . أنا أستطيع .. أنا قادر .. أنا سوف أفعل .. أنا أفضل كذا .. فالشخص غير المبادر يستخدم لغة الانسحاب والتقهقر .. أنا لا أستطيع .. لو حدث كذا سوف أفعل .. !! فهم يعتقدون بضعف قدرتهم فينخفض لديهم الشعور بالمسئولية تجاه كلماتهم أو أفعالهم ، فهم يفتقدون إلى الخيارات المفتوحة

- كن مبادراً.. ابحث عن هواياتك أو تعلم هوايات سامية.. اقرأ كتاباً نافعاً .. احضر دورة مفيدة.. جالس المفكرين وأصحاب الرأي والمشورة والتفكير.. استخدم طاقات عقلك لإيجاد حلول مختلفة لمشاكل

معاصرة .. فكر في تحسين وضعك الديني والمادي والوظيفي والأسري.. اكتب أهدافاً تود تحقيقها قصيرة وبعيدة المدى.. اجعل أهدافك نصب عينيك.. بادر في التحرك خطوة للأمام نحو تحقيق أهدافك .

حالات الشخصية وأنماط التعامل مع الآخرين :

يتعامل الفرد مع الآخرين بواسطة ثلاثة أركان نفسية تدعي حالات الشخصية. وتتكون هذه الحالات من مجموعة من الاتجاهات والمشاعر والأفكار والتصرفات المصاحبة. وهذه الحالات هي:

الحالة الوالدية (و) - الحالة الراشدة (ر) - الحالة الطفلية (ط).

توجد هده الحالات الثلاث في آن معا في شخصية كل فرد، إلا أن حالة واحدة من هذه الحالات تؤثر أكثر من غيرها في سلوك الفرد ومشاعره واتجاهاته وأفكاره خلال تعامله مع الآخرين في موقف معين وتحدد بالتالي نمط تعامله معهم.

وهكذا يكون لدينا ثلاثة أنماط في التعامل مع الآخرين وهي:

النمط الوالدي - النمط الراشد - النمط الطفولي

وحالات العلاقات التبادلية هي إما أن يكون تفكير أحدهم للآخر في موقف معين تفكير الأبوية فيكون التعقل أكثر إلى موقف الآخر الذي يمكن أن يكون طفولي ويريد تحقيق طلبه ومهما كان الثمن لأنه سوف يعتبر نفسه خاسراً إن لم ينل مراده.

والحالة الثانية هي أن يكون التعامل بين الطرفين بتفكير ذهني كطفل لطفل، مثلا إن أراد ال زبون طلب معين والموظف يصر بطريقة دكتاتورية على عدم المساعدة لأسباب إدارية أو فنية وبهذه الحالة يبقى كل من الطرفين مصر على رأيه دون الوصول إلى نتيجة.

أما الحالة الثالثة وهي الحالة المثالية حيث يصل الطرفين إلى وضع الرضا والقناعة مما حقق بأن يتعامل كل منهما بتفكير راشد لراشد واستعراض الأمور بمنطقية وتفهم واختبار الأفضل. وهذا النوع من التبادلات يحصل فيها المثير الموجه من حالة معينة عند شخص ما على الاستجابة المتوقعة من حالة معينة عند لشخص الآخر. وإذا حاولنا أن نصور مثل هذا النوع من التبادلات بالأشكال الإيضاحية أن الأسهم الصادرة والواردة بين الحالات عند شخصين في حالة حوار مكملة ومتوازية .

سرعة إنهاء الإجراءات :

في هذا المجال يجب على الموظف أن يكون مميزا بالدقة والسرعة في الإنجاز، حيث أن السرعة عنوان العصر وشيء ضروري في هذا النوع من المعاملات وذلك في الآتي :

- سرعة أخذ بيانات المراجع الشخصية والعملية والتأكد من صحة المعلومات والمستندات المطلوبة بأكملها .
- سرعة معرفة المشكلة بشكل واضح بكل تفاصيلها للتمكن من حسن التوجيه وتفادي الوقوع في الخطأ في البحث عن الحل .
- سرعة إدخال بيانات المراجع على الجهاز لتدوينها بشكل حضاري للمتابعة .
- سرعة اتخاذ القرار في توجيهه المراجع التوجيه الصحيح إلى الموقع الصحيح لمعالجة المشكلة بشكل صحيح .

أنواع المراجعين :

وفيما يلي سوف أتطرق لأنواع المراجعين بوجه عام وأفضل الأساليب للتعامل معهم

أولا : **المراجع الجاهل** : أفكاره غير قابلة للنقاش يسخر من أراء الآخرين ويفرض آراءه بشكل مضحك متمسك بآرائه صعب الاقتناع

أفضل الأساليب للتعامل معه:

- الاسئلة المحددة
- لا تدخل معه في نقاش عميق
- ركز على ضرب الأمثلة الأقرب لذهنه

ثانياً : **المراجع الساخط** : قليل الابتسام لا يحب المناقشة الموضوعية يهاجم إدارتك يتهمك برداءة الخدمة

أفضل الأساليب للتعامل معه:

- ابتسم له من غير إفراط
- أمتص غضبه بالهدوء
- لا تجادله كثيرا
- أيده في بعض مزاعمه مجاملة له.
- أطلب له ما يريد بدقة
- أكد له أن الأخطاء السابقة لن تتكرر

ثالثا : **المراجع المتسرع**: هذا النمط من شخصيات المراجعين قافد الأعصاب في كثير من الأحيان يجب أن يحصل على الخدمة بأسرع وقت ممكن، يكره الانتظار لا يدخل في كثير من التفاصيل، وقته ضيق.

أفضل الأساليب للتعامل معه

- حدثه بإيجاز
- لا تدخل معه في التفاصيل

- ركز على الوقت لإنجاز الخدمة بدلا من الجودة

رابعا: **المراجع الخجول**: قليل الكلام، قليل الاعتراضات، يجلس بعيداً عن مكتبك، واسع الصدر

أفضل الأساليب للتعامل معه

- شجعه على الحديث بسؤاله عما يريد
- لا تكثر الحديث معه
- عامله باحترام دون أن تجرح حياءه.

خامسا: **المراجع المرح**: دائم الابتسام والدعابة، يخرج عن الموضوع الرئيسي، يحب الكلام والتعليق على الأشياء.

أفضل الأساليب للتعامل معه

جامله قليلا على بعض دعاباته

- تأكد من أن وقتك ثمين فلا تضيعه معه بأكمله
- انتهز الوقت المناسب للدخول لصلب الموضوع
- فرق بدقه بين دعاباته وجده في الحديث

سادسا: **المراجع المتشكك**: يتأكد من كل التفاصيل الدقيقة، يعيد مطالبته لأكثر من مرة، يتردد كثير اً في أتخاذ القرار.

أفضل الأساليب للتعامل معه

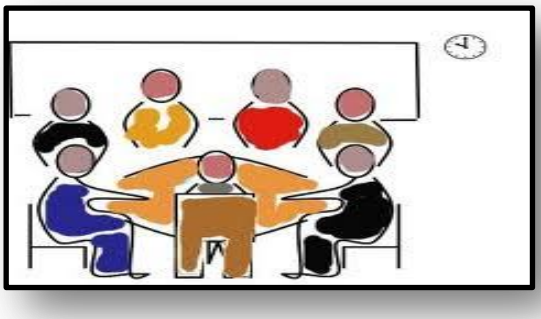
- أجب على تساؤلاته دون تذمر
- أدخل معه في كل التفاصيل التي يريد معرفتها
- ساعده في أخاذ القرار
- لا تتذمر من أسلوبه في الحديث
- لا تخسر كل وقتك مع مراجعيك بسببه بل كن حازم اً بعض الشيء.

لماذا بعض المراجعين يفضل ألا تدخل معهم في نقاش طويل ؟

.....

.....

تدريبات وتطبيقات عملية على خدمة المستفيدين و الاتصال الفعال



الاستقبال:" يعني الاستقبال مقابلة كل من هو أمامك 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 المقابِل والمقابَل.
- شعور الضيف او العميل بأهميته واعطاءه ثقه كبيره بنفسه

الاتصال الهاتفي: ما هي أسس الاتصال الهاتفي الجيد؟

- 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.

باختصار : ماذا يحتاج العميل من الموظف؟

- **تواجد الموظف**:يرغب العميل أن يجد الموظف في كل وقت عندما يحتاجه.
- **مكان فسيح منظم ونظيف**:إن نظافة وتنظيم المكان الذي يعمل به الموظف يعكس انطباع جيد عن المنشأة.
- **الابتسامة**:إن الابتسامة تلعب دوراً هاماً في الاتصالات وتساعد بالتالي على سهولة التفاهم مع العميل.
- **الاجتهاد في العمل وعدم تعطيله**:يحتاج العميل من الموظف أن يؤدي العمل بشكل سريع ومرتب مع بذل الجهد لإنهاء احتياجاته.
- **التنظيم**:يحتاج العميل أيضا أن تكون طريقة أداء العمل بشكل منظم.
- **تلبية المطالب والمساعدة**:يتطلب الأمر من الموظف الجيد أن يقوم بتلبية احتياجات العميل ومساعدته في إنهاء أعماله.
- **المعاملة الحسنة**:يحتاج الأمر من الموظف الجيد أن يقدم المعاملة الحسنة له واحترام أحاسيسه.
- **المظهر الحسن**:"إن الله جميل يحب الجمال" ذلك ما يجب على الموظف أن يتحلى به.
- **وضوح وسهولة الإجراءات**:يتطلب الأمر أن تقوم المنشأة بتوضيح وتسهيل الإجراءات بشكل مستمر.
- **حسن الاستقبال**:إن حسن استقبال الموظف للعميل من شأنه أن يزيل كثير من العقبات التي قد تواجه العميل.
- **أنظمة محددة وواضحة**: إن وضوح الأنظمة تساعد على فهمها من قبل العميل.

- **المنطق في الحديث**:يتحتم على الموظف استخدام المنطق في حديثة مع العملاء وتفسير الأمور بشكل لائق.
- **التعاون**:إن التعاون بين العاملين يساعد على إنجاز العمل بشكل جيد وبالتالي ارتياح العميل.
- **المناقشة**: على الموظف استخدام اسلوب النقاش الهادئ والابتعاد عن المجادلة.

نشاط:

ما الفرق بين المناقشة والمجادلة ؟

.....

المراجع

المراجع العربية:

1- محمد عبد الفتاح الصيرفي ، الإدارة الرائدة ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2003

2- محمد فريد الصحن ، قراءات في إدارة التسويق ، الدار الجامعية ، مصر ، 2002

3- ناجي معلا ، قياس جودة الخدمات المصرفية ، مجلة العلوم الإدارية المجلد 25 ، عدد 02 ، جوان 1998

المراجع غير العربية:

1- *Anne Gratacap , Pierre Medan(2001) . Management de production : concepts ,méthodes , cas , édition Dunod , Paris.‹*

2- *Saylor ‹Justin (Oct 11, 2004). "The Missing Link in CRM: Customer Acquisition Management."*

3- *"Vindicia Best Practice Guide (Nov 9, 2011). Customer Acquisition."*

4- *Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality, Kaj Storbacka, Tore Strandvik, Christian Gronroos, International Journal of Service Industry Management*

5- *NICE Systems Sticks with eGlue -- Permanently, Koa Beck, DestinationCRM, (2007) .com*

6- *Competing on Analytics, Thomas H. Davenport and Jeanne G. Harris, Harvard Business School Publishing.*

7- *Do Your Organizational Dynamics Determine Your Operational Success?, Meredy DeBorde, The OandP Edge, Feb. 2006.*

8- *Dynamic Customer Relationship Management: Incorporating Future Considerations into the Service Retention Decision, Katherine N. Lemon, Tiffany Barnett White, Russell S. Winer, Journal of Marketing*