

## ثانياً: الحقائق الرئيسية التي تحكم انتماء العميل للمنظمة :

هناك اعتقاد سائد لدى كثير من المسؤولين في المنظمات المختلفة بأن العميل يمكنه الحكم على كفاءة المنظمة من خلال مجموعة من المؤشرات أهمها عدد العاملين ، مظهرهم أو التقنيات الحديثة في تقديم الخدمة ... الخ إلا أن التجارب العملية أثبتت أن للمراجع منطقته الخاص في الحكم على كفاءة المنظمة ،والعملاء في البداية لا يهتمهم ما يلي :

❌ لا يهتم العميل بذل الجهد في العمل، وبذل أقصى ما في وسع المنظمة من أجله .. ولكنه يريد أن يتلقى حلولاً فورية لمشكلاته .

❌ لا يهتم العميل المشكلات اليومية للمنظمة والإجراءات الروتينية المستخدمة لإنهاء أعمالها حتى ولو كانت في مصلحة العميل ... فهو يرى أن ذلك من مسؤوليات العاملين فيها والتي يجب أن لا تشغلهم عنه.

❌ لا يهتم العميل بالبناء التنظيمي للمنظمة مقدمة الخدمة ... سواء كان ذلك في شكل خريطة تنظيمية جذابة وتفصيلية توضح إدارتها وأقسامها، أو كان ذلك في شكل كتيب أنيق يوزع عليه ... إنه ينظر للمنظمة على أنها وحدة واحدة تعمل من أجله .

وبناءً على ما سبق يجب أن يتم العمل في ضوء ثلاثة قواعد رئيسية تحكم منطق العميل في تعامله مع المنظمة وهذه القواعد هي :

**القاعدة الأولى :** أن العميل لديه حاجات يريد إشباعها وتوقعات يأمل أن ترقى الخدمات التي تقدم إلي مستواها.

وبالتالي قد يقع مقدمو الخدمة في خطأ كبير حينما يفترضون أنهم يعرفون حاجات وتوقعات عملائهم في كل وقت، فإذا ساد هذا الافتراض فإنهم سيجدون أن العملاء غير راضين عن مستوى خدمات منظماتهم.

ولكي نضمن العمل وفقاً لمفهوم "العناية بالعملاء" يجب على مقدم الخدمة أن يكتشف "بدلاً من أن يكون عارفاً" لحاجات عملائه وتوقعاتهم .

**القاعدة الثانية:** أن العميل ليس أسير للمنظمة فبمجرد أن ينخفض مستوى الخدمات المقدمة له عن مستوى توقعاته سوف يتخذ قراره الفوري .. بالإعلان عن انخفاض مستوى جودة الخدمة المقدمة له وعدم رضاه عن ذلك.

ومن الاعتقادات السائدة والخطئة في نفس الوقت أنه طالما اشتهر عن المنظمة أنها تقدم خدمة ممتازة منذ فترة طويلة، فإن عميلها لن يكلف نفسه جهداً للتفكير في نوعية ومستوى هذه الخدمة .  
إن الخدمات "المتميزة" منذ فترة طويلة قد تتحول إلى خدمات "عادية" في الوقت الحالي أو على الأقل في المستقبل ..  
إن العميل يفهم العناية به من جانب المنظمة أنها تقديم خدمة "متميزة" وليس خدمة "عادية"

**القاعدة الثالثة:** أن العميل يرغب في تفصيل الخدمات وفقاً لاحتياجاته وتوقعاته، ولكن المنظمة أحياناً ترغب في تقديمها بشكل نمطي مثلما تقدم لجميع عملاءها. ولحل هذه المشكلة يتطلب ذلك من مقدم الخدمة أن يفكر كثيراً قبل تقديمه الخدمات لكل عميل ... فهل يعقل أن يخاطب الموظف عميل يدخل مكان تقديم الخدمة لأول مرة بنفس أسلوب عميل لديه خبرة طويلة في الحصول على خدمات المنظمة .. نعتقد أن العميل الأخير أكثر فهماً وانتقاء لما يريد، وعليك التنبؤ وتوقع الخدمات التي سيطلبها، وربما لن يقبلها إلا إذا كانت تفصيلاً عليه.

جميع الحقوق محفوظة © الأكاڤمية العربية البريطانية للتعليم العالي