

خدمة العملاء

مفهومها ، خصائصها ، مراحلها

أولاً : مفهوم الخدمة وخصائصها

1- مفهوم الخدمة :

يرتبط مفهوم الخدمة بوجود الإنسان ، وهذا يعني وجود طرفين الأول طالب الخدمة، والثاني مقدم الخدمة. ويعتبر منشأ الخدمة منبعه الأساسي هو حاجة طرف أو جهة معينة لمنفعة هي متوفرة لدى طرف أو جهة أخرى. وفي ضوء ذلك يمكن أن تعرف الخدمة بأنها:

المنافع غير الملموسة التي تقدمها المنظمة " مقدمة الخدمة " لعملائها من خلال عملية التبادل التي تتم بين مقدم الخدمة وطالبيها. ولعله يظهر التساؤل عن المقصود بعملية التبادل؟ ينشأ التبادل من خلال العلاقة بين مقدمي الخدمة باعتبار ان ذلك احد المسؤوليات الأساسية الملقاة على عاتقهم وطلبي الخدمة باعتبار ان تحقيق الإشباع إليهم يعتبر معيارا على نجاح مقدمي الخدمة في اداء رسالتهم. وللخدمة من وجهة نظر العميل طالب الخدمة مفهوم خاص، فهي تمثل لحظات خبرة يعيشها ومحسها بكيانه ووجدانه، ويحكم على مستوى جودتها من مدى إشباعها وتلبيتها لحاجاته و توقعاته....

وعلى مقدم الخدمة ان يقدم للعميل ما يرغبه ويتوقعه، وان يوفر له التجربة التي تزوده بالمنفعة التي ينشدها.

ولعل هذا يتطلب إعداد مقدمي الخدمة وتجهيزهم بالإعداد المناسب، وكذلك توفير كافة الإمكانيات اللازمة لتحقيق الهدف الأساسي وهو تقديم خدمة متميزة لعملاء المنظمة.

2- مفهوم الخدمة:

هي تلك الجهود التي تقدمها المنظمة لتحقيق احتياجات خاصة للعملاء،

ولا تهدف المنظمة من تقديم تلك الخدمة إلى العملاء تحقيق منفعة مادية او ربح اقتصادي فقط بقدر ما تستهدف السعي لتوفير قدر من القبول لها والتفوق على المنافسة.

و يرتبط المستوى الذي تقدم به الخدمة بالتطور الثقافي والاجتماعي لطلبي الخدمة من العملاء، حيث أن العالم الآن موجه بقوة نحو اعتبار جودة الخدمة حق أساسي لكل عميل.

3- الخصائص المميزة للخدمة:

تتميز الخدمات بمجموعة من السمات والخصائص أهمها:

1/3 الخدمات غير ملموسة وغير محسوسة، ولا يمكن إدراكها ماديا.

2/3 الخدمات تتلازم ولا تنفصل عن وجهة تقديمها فمكان إنتاج الخدمة هو نفسه مكان استهلاكها.

3/3 الخدمات غير متجانسة...ومن الصعب تنميط أو توجيه مستوى أدائها من جانب مقدمي الخدمة، بل انه من الصعب أحيانا تنميط مستوى أداء الخدمة بالنسبة لمقدمها في كل مرة يقدم فيها تلك الخدمة للعملاء.

4/3 الخدمات لا يمكن تخزينها فالخدمات يصنعها مقدم الخدمة بمجرد ظهور العميل أمامه، وبما يتناسب مع طلبه، وهي غير قابلة لإعادة تداولها والانتفاع بها مرة أخرى ، فهي تستهلك بمجرد إنتاجها.

5/3 يساهم العميل بشكل كبير في إنتاج الخدمة فالبيانات التي يقدمها طالب الخدمة من اية منظمة عن نوع وشكل الخدمة يتوقف عليها نجاح مقدم الخدمة في تأدية الخدمة بالكفاءة المطلوبة. فمقدم الخدمة يصنع ويقدم الخدمة وفقا لحاجات ورغبات وتوقعات وتفضيلات العميل، والحكم على ما قدمه سيرتبط بما طلبه وتوقعه العميل.

6/3 الخدمات التي تقدمها أي منظمة يجب أن تراعي نوعية كل عميل على حدة...فبالرغم من ان بعض المنتجات يجب أن يراعي الحكم على مواصفاتها بمعايير ثابتة بين غالبية العملاء..إلا أن كل الخدمات تقريبا ترتبط بما يطلبه كل عميل على حده.وربما كان ذلك من أصعب ما يواجهه الذين

يقدمون الخدمات...حيث يجب عليهم الاهتمام الشخصي بكل عميل على حده...وربما ينزعج مقدم الخدمة من ذلك في بداية عمله، ولكن مرور الوقت سيشعر بان في ذلك متعة.

7/3 الخدمات غير قابلة للفحص بعد تقديمها... فمقدم الخدمة بعد إعدادها و تقديمه الخدمة لطلابها لا يستطيع تأملها ومراجعة مواصفاتها، حيث يعمل مقدم الخدمة في مجال مبني على التفاعل البشري بينه وبين العميل...وكل ذلك يستلزم توفير الجودة والتميز قبل لحظة تقديم الخدمة.

8/3 الطلب على الخدمات يتولد من مدى الثقة في الشخص الذي يقدم تلك الخدمة... فنجد أن ثقة الكثير من طالبي الخدمة في بعض الأشخاص من مقدميها يتجهون إليهم دون غيرهم عند رغبتهم الحصول على الخدمة.

9/3 عرض الخدمات هو عملية مرنة ... فطالما أن حاجات ورغبات العملاء طالبي الخدمة في تغير مستمر، فإنه يمكن ابتكار وتطوير خدمات جديدة أو تطوير وتبسيط إجراءات تقديم الخدمات الحالية وبما يضمن تلبية وإشباع كافة احتياجات طالبي الخدمة وبالشكل الذي يحقق لهم الرضا.

10/3 تتقلب الكثير من الخدمات وفقا للعوامل الموسمية والدورية.

4- الفرق بين السلع والخدمات:

تختلف عملية تقديم السلع عن عملية تقديم الخدمات نتيجة لمجموعة الخصائص التي تميز بين كل منها. والجدول التالي يساعد على التمييز بين كل من السلع والخدمات....

م	خصائص الخدمات	خصائص السلع
01	الخدمات تكون دائما غير ملموسة	السلع دائما ملموسة
02	الخدمات لا يمكن تخزينها أو نقلها	السلع يمكن تخزينها ونقلها
03	الخدمات يصعب وصفها	السلع يسهل وصفها وتحديد ملامحها
04	الخدمات لا تنفصل عن مقدمها	السلع يمكن أن تنتج في أماكن وتوزع في أماكن أخرى تختلف عنها
05	الخدمات غير متجانسة و يصعب تنميط مستوى أدائها وجودتها	السلع يمكن تنميطها بحيث تكون ذات مستوى جودة و خصائص واحدة
06	الخدمات غير قابلة للاستدعاء والفحص والقياس	السلع تخضع لعملية الرقابة وضبط الجودة والقياس
07	الخدمات لها استجابة عاطفية	السلع لها استجابة موضوعية
08	الجانب الإنساني ركن أساسي في إنتاج وتقديم الخدمة	الجانب المادي هو الركن الأساسي في إنتاج وتقديم السلعة