

## مبادئ الاتصال الفعال

### مقدمة

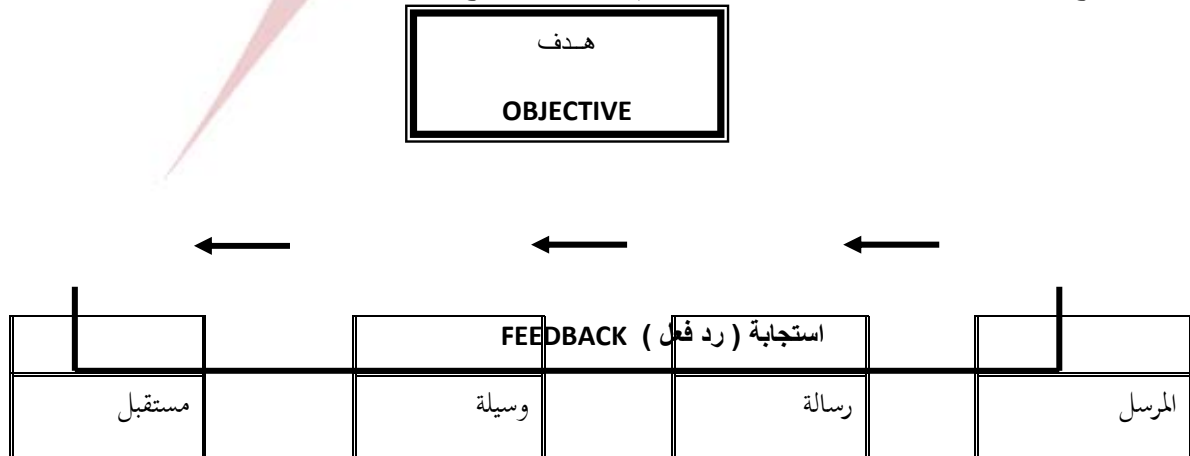
تعدد الاتصالات التي يقوم بها مقدم الخدمة وتأخذ صور كثيرة أهمها ما يلي :

- \* اتصال مقدم بخدمة الرؤساء المباشرين وذلك لتلقي التعليمات ورفع تقارير قد تكون مكتوبة أو شفوية، إلى الإدارة العليا عن مشكلات العملاء والعمل على تذليلها .
  - \* اتصال مقدم الخدمة مع وزملائه في العمل بغرض تنسيق الأعمال التي تتطلبها إنهاء المعاملات وتميز الخدمة المقدمة للعميل .
  - \* اتصال مقدم الخدمة بالعميل لتبادل المعلومات وعن عرض الخدمات بأسلوب يضمن تحقيق أفضل خدمة إليهم .
- إلا أن النوع الأخير من الاتصالات هو الذي سيتم التركيز عليه في هذه الوحدة نظراً لأن له علاقة وطيدة بالمهارات التي يجب أن يتصف بها مقدم الخدمة سعياً لتحقيق مفهوم الخدمة المتميزة .

### أولاً : طبيعة الاتصالات بين مقدم الخدمة والعملاء :

تلعب الاتصالات **Communication** التي تتم بين العميل ومقدم الخدمة دوراً هاماً في تأكيد مفهوم الخدمة المتميزة ... لذلك تبذل المنظمات المتميزة جهداً كبيراً في تحقيق المهارات الاتصالية لموظفيها الذين يتعاملون مباشرة مع العملاء

ويقصد بالاتصالات بين المراجع ومقدم الخدمة تبادل البيانات والمعلومات بينهما بغرض تحقيق هدف معين ... وبالتالي فإن أهمية الاتصالات تنبع من كونها الوسيلة التي تربط بينها مهما كان الغرض من التعامل ... ولزيادة الإيضاح فإن عملية الاتصالات تتكون من العناصر التي يوضحها النموذج التالي :



## نموذج الاتصال

### الهدف :

**الهدف** هو الغرض المراد تحقيقه من عملية الاتصال .. فأى اتصال لا بد أن يكون له هدف .. وفي حالة الاتصال بين مقدم الخدمة والعميل تكون هناك أهداف يجب تحقيقها، فالهدف الأساسي الذي يحدده العميل من وراء اتصاله بمقدم الخدمة هو الحصول على خدمة متميزة والهدف الأساسي الذي يضعه أمام مقدم الخدمة هو تقديم أفضل الخدمات للعميل لكي يشعر بالعناية به وفي نفس الوقت تحقيق أهداف المنظمة.

### المرسل :

**المرسل** هو الشخص الذي يقوم بإرسال الرسالة، وفي حالة الاتصال بين مقدم الخدمة والعميل قد يكون أي منهما هو المرسل ... إلا أننا نؤكد على ضرورة أن يكون مقدم الخدمة ( في حال كونه المرسل ) في حالة تسمح له بنجاح عملية الاتصال من خلال اتباع المهارات المرتبطة بالتحدث والتي سنتناولها في موضع لاحق من هذه الوحدة .

### الرسالة :

تمثل **الرسالة** المعلومات المراد توصيلها للمستقبل، فعند قيام الخدمة بعرض خدمة معينة على أحد العملاء فإن الرسالة التي يجب توصيلها إلى هذا العميل يجب أن تركز على منافع **BENEFITS** ومواصفات وشروط هذه الخدمة حتى يسهل على العميل تحديد الشكل المناسب الذي يلبي حاجاته .

### الوسيلة :

**الوسيلة** الخاصة بالاتصال هي الطريقة المتبعة في اتمامه فهناك العديد من الوسائل التي تتبع لتوصيل الرسالة بين مقدم الخدمة والعميل .. على سبيل المثال .. قد يستخدم الوسائل الكتابية ( إرسال خطابات للعملاء ) والوسائل الشفهية (وجهاً لوجه أو هاتفياً) والوسائل المرئية ( استخدام لوحة الإعلانات ) والوسائل المسموعة ( استخدام الإذاعة الداخلية ) .

**المُستقبل :** *المستقبل* هو الشخص الذي توجه إليه الرسالة، ومرة أخرى قد يكون المستقبل هو العميل مثلاً في حالة عرض الخدمة عليه من قبل مقدم الخدمة ... أو قد يكون المستقبل هو مقدم الخدمة نفسه في حالة شكوى يقوم بتقديمها إليه العميل.

### رد الفعل :

**رد الفعل** هو إفادة من المستقبل عن الرسالة التي أرسلت إليه.. على سبيل المثال في حالة عرض خدمة من قبل مقدمها على العميل فإن الأخير قد يكون رد فعله فهم العرض والموافقة عليه، وبالتالي الاستمرار في تقديم الخدمة من جانب مقدمها .. أو قد يكون رد فعله عدم فهم الأسلوب الذي تم به العرض أو عدم موافقته عليه وهذا يتطلب من مقدم الخدمة أن يعيد تقديم عرضه بأسلوب آخر أو بشكل أكثر إقناعاً .

ورد الفعل الاتصالي شيء هام في تقديم الخدمات لتحقيق مفهوم الخدمة المتميزة حيث أنه يعطي الفرصة للوصول إلى هدف الاتصال بكل دقة ووضوح. وغني عن القول أن الاتصالات التي تتم بين مقدم الخدمة والعميل تأخذ في معظمها شكل " اتصالات وجهاً لوجه FACE - TO - FACE COMMUNICATION " أي تكون مباشرة وبطريقة شفوية وفي بعض الأحيان تكون الاتصالات بين مقدم الخدمة والعميل من خلال استخدام الهاتف.

جميع الحقوق محفوظة © الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي