

### ثالثاً: مراحل تقديم الخدمة:

تمر عملية تقديم الخدمة بمرحلتين أساسيتين:

#### المرحلة الأولى: الاتصال المبدئي بالعميل:

##### 1- أهمية الاتصال المبدئي بالعميل:

يمثل الاتصال المبدئي بالعميل نقطة بداية تقديم الخدمة فعليا له... وربما لا تستغرق هذه المرحلة في كثير من حالات تقديم الخدمات إلا ثوان معدودة ولكنها هامة للغاية بل ويتوقف عليها النجاح في تقديم الخدمة الحالية.

إن مرحلة الاتصال المبدئي هي عملية تعارف بالعميل وجذب انتباهه لتقديم الخدمة التي يطلبها أو تعرض عليه ، وبالتالي فهي تكون الانطباع الأول لدى العميل عن المنظمة وخدماتها عامة وعن مقدم الخدمة شخصيا... فمعظم العملاء في هذه المرحلة قد يركزون قبل طلب الخدمة على ما يلي:

- ✳ مظهر مقدم الخدمة وثقته بنفسه.
- ✳ شعور مقدم الخدمة بالانتماء إلى المنظمة.
- ✳ طريقة مقابلة مقدم الخدمة ومدى اتسامه بالرغبة في تقديم الخدمة.
- ✳ الأسلوب الذي يستخدمه مقدم الخدمة في جذب انتباه العميل.

#### يحول الموظف نقاط ضعفه إلى نقاط قوة في التعامل مع العملاء

بعد إدراك أهمية الاتصال المبدئي بالعميل فإنك في حاجة إلى تنفيذه بنجاح ، ونقدم لك فيما يلي أهم الوسائل التي تساعد في تحويل بعض نقاط الضعف إلى نقاط قوة في الاتصال مع العملاء :

#### 1/2 خلق الجو الاجتماعي الملائم :

نتيجة لضغط العمل قد ينسى مقدم الخدمة أن العناية بالعميل تستلزم شعور الأخير بالألفة نحوه قبل طلب الخدمة .

وإهمال ذلك ربما يؤدي إلى خلق انطباع سيئ قد لا يساعد في تقديم الخدمة المطلوبة .. وللتغلب على ذلك يجب أولاً

العمل على خلق جو اجتماعي ملائم باتباع ما يلي :

- رد تحية العميل وإذا لم يبادر بالتحية يجب عليك أن تكون سابقا لذلك " وإذا شعرت أن الأمر يتطلب مصافحة المراجع فبادر بأن تسبقه في ذلك .
- إذا لم يكن واضحا للعميل اسمك من خلال البطاقة التي تحملها ( أو شعرت بأنه لا يراها ) فقدم نفسك إليه بكل وضوح .
- تعرف على اسم عميلك .. فهو يرغب دائما في تكرار اسمه لكي يشعر بالاهتمام به .
- كن دائما مبتسما كي يشعر العميل بالتفاؤل ولا تجعل ضغوط العمل تسيطر عليك وتظهر على ملامحك فالعميل لا يعنيه مشاكلك أو حتى مشاكل المنظمة وكل ما يهمه أن يشعر بالعناية ( ووجهك مقياس صادق لتحقيق ذلك بالنسبة له ) والحصول على الخدمة المتميزة .
- أظهر رغبة جادة لتقديم الخدمة التي يطلبها العميل .. بل أشعره بأنك حريص على تحقيق مصلحة .

## 2/2 جذب انتباه العميل :

يتطلب الاتصال المبدئي استخدام كل الوسائل المتاحة لجذب انتباه العميل .. ومن أهم الوسائل التي يمكن أن يلجأ إليها مقدم الخدمة لجذب انتباه عميله ما يلي :

### 1- أسلوب توجيه الأسئلة :

- يستخدم هذا الأسلوب في خلق اتصال ذو اتجاهين بين العميل ومقدم الخدمة لكي يتم جذب انتباهه من أجل نجاح الاتصال المبدئي .. وينصح بإتباع ما يلي عند اللجوء إلى استخدام أسلوب توجيه الأسئلة :
- أن تكون الأسئلة ليست في شكل عبارات غير هادفة ولكن في شكل حقائق المقصود منها جذب انتباه العميل .
  - عدم الإسهاب في طرح الأسئلة ، فربما كان العميل مستعجلا أو ليس من صفاته الاستماع والنصح .. فالغرض من الأسئلة في هذه الحالة هو إتمام الاتصال المبدئي فقط.

### 2- أسلوب الفضول ( حب الاستطلاع ) :

حيث يلجأ مقدم الخدمة لإثارة فضول عميله لجذب انتباهه . مثل قول مقدم الخدمة هل شاهدت النماذج الجديدة التي تم اعتمادها .. فهي حسب ما كنت تتوقع أن تكون وقد عملنا بنصائحك في تصميمها .

### 3- أسلوب التقديم عن طريق شخص آخر :

يستخدم بعض مقدمي الخدمة الأذكاء مدخل التقديم عن طريق شخص آخر ، على سبيل المثال عندما يقف أمامك العميل واسترجعت ذاكرتك والتي دلتك على أن هذا العميل على صداقة قوية بأحد أصدقائك شخصيا أو حتى أحد عملاء المنظمة فأخبره بذلك حتى تضمن اهتمام العميل بك ويتم الاتصال على أساس شخصي فقد تم خلق " جو اجتماعي ملائم " بينك وبين العميل .

## 4- أسلوب معاونة العميل في حل مشكلاته :

قد يسأل مقدم الخدمة قبل طلب العميل الحصول على الخدمة عن المشكلات التي قد تواجهه ويرى أنه بالإمكان مساعدته في حلها سواء شخصيا أو اللجوء إلى الإدارة . وربما يصفح العميل عن بعض المشكلات التي تواجهه ويتوقع أنه يمكن حلها .. وفي هذه الحالة يجب طمأنة العميل على إمكانية تقديم العون.

### 3/2 التأكد من حاجة العميل للخدمة :

يجب على مقدم الخدمة أن يتفهم حاجة العميل للخدمة وأن يدرس طبيعة هذه الحاجة بعناية تامة .. فإذا كانت حاجة العميل غير واضحة يجب مناقشة مدى حاجته للخدمة حتى يدرك تماما مدى حاجته لها . ويمكن لمقدم الخدمة أن يلجأ إلى استخدام مجموعة من الأسئلة المباشرة أو غير المباشرة للتأكد من ذلك ومن ثم يقوم بتقديمها له .

إلا أننا نود لفت انتباهك إلى أن بعض العملاء لا يرغب في مناقشته عن حاجته للخدمة و يرى أن في ذلك تدخلا في أموره الخاصة

فكن حذرا عند قيامك بالتأكد من حاجة العميل للخدمة .

#### 4/2 تجنب معوقات الاتصال المبدئي بالعميل:

قد يحدث أثناء الاتصال المبدئي بالعميل موانع تقلل من فاعلية هذا الاتصال مثل دقائق الهاتف بجوارك ، قيام زميلك أو مشرفك بالاستفسار عن موضوع ما .. الخ .  
فمثل هذه الموانع إذا لم تتجنبها أو تتعامل معها بحذر ربما تعطل الاتصال المبدئي بالعميل و تشعره بعدم الاهتمام به  
فما زال عميلك يرغب و بخاصة في مرحلة الاتصال المبدئي بأن يكون موضع الاهتمام الأول منك.

