

الاتصال الفعال



د. علاء حسين السرابي

معلومات تدريبية

برنامج / الاتصال الفعال

• الاتصال الفعال	اسم البرنامج	
• 3 ايام	مدة البرنامج	
تعريف المشاركين كيفية التعامل بفاعلية في المواجهات الشخصية والتنظيمية وفهم عميق لعناصر العملية الاتصالية	وصف البرنامج	
هذه الدورة موجهة على وجه الخصوص إلى: المشرفين ، موظفي الخدمات ومندوبي المبيعات ، موظفي الاستقبال وخدمات العملاء	المستهدفون من الدورة	
<ul style="list-style-type: none"> • عملية الاتصال ومكوناتها. • التأثير الإيجابي في الآخرين ليكونوا أكثر استعدادا للتحدث معك . • الأسلوب الإيجابي والسلبي في المحادثة. • بناء الثقة في الذات . • بناء الثقة في القول. • مفاتيح القبول للكلام . • متطلبات نجاح الاتصال من قبل المرسل • قول "لا" متى وكيف . • الوصايا المؤثرة لخدمة عملاء البنك • الأساليب الستة للتعامل مع العملاء • التصرفات الصحيحة والخاطئة عند الاتصال مع العميل وجهاً لوجه • معوقات الاتصال 	أهداف الدورة	

إرشادات عامة للمدرب

(الوصايا العشر للمدرب الفعال)

1. اقرأ دليل التدريب جيداً قبل أن تصل إلى التدريب, وعليك أن تضع - في ضوء الخطة الزمنية لتنفيذ البرنامج - سيناريو كامل للتدريب بالاستعانة بدليل المدرب, فهو الدليل المايسترو في هذه الحقيقة التدريبية.
2. تعرف على المرشحين قبل أن تذهب إلى التدريب إذا كان ذلك ممكناً, وذلك من خلال معرفة شركاتهم, ووظائفهم, ومؤهلاتهم لتهيئ نفسك للتفاعل معهم.
3. ابدأ البرنامج بالترحيب بالمشاركين ثم قدم نفسك.
4. ينصح بكسر الحاجز النفسي مع المشاركين, وبين بعضهم البعض, كأن تطلب من كل منهم أن يقدم نفسه للزملاء الآخرين وذلك من خلال نبذة عن نفسه وشركته (أو المنظمة التي ينتمي إليها) وأي معلومات أخرى يرى إضافتها, وذلك في عجلة ثم ابدأ شفافة أهداف البرنامج واطلب من الحاضرين إبداء توقعاتهم من البرنامج.

ملحوظة:

- إذا ما ذكر بعض المشاركين توقعات أو احتياجات أخرى لا يتضمنها الإطار العام للبرنامج يجب على المدرب تقرير ما إذا كان هناك وقت لإدراجها ضمن البرنامج, وفي أي يوم أم أنه سيقوم بالرد عليها في غير أوقات العمل بالبرنامج التدريبي, ثم يقوم بالربط بين توقعات المشاركين وأهداف ومحتويات البرنامج التدريبي.
5. شجع المشاركين على طرح أفكارهم وقم بتدوين الأفكار التي يطرحونها على اللوحة الورقية واطلب منهم دائماً استخدام أمثلة من الواقع العملي لأفكارهم المطروحة.
 6. من أفكار المشاركين وأمثلتهم, قم ببلورة المفاهيم الصحيحة وشرحها من خلال عرض شرائح موضوعات البرنامج.
 7. قم بتقسيم المشاركين إلى مجموعات عمل على أساس طبيعة الشركات التي ينتمون إليها, أو حسب ما تراه مناسباً لطبيعة الظروف والأحوال, وشجع الأفراد بالعمل داخل المجموعات عند مناقشة حالات عملية.. واطلب منهم اختيار ممثل للمجموعة لعرض وجهة نظرها.
 8. شجع النقاش المستمر.. وضع حداً للجدل واحرص على أن يكون النقاش داخل إطار موضوعات البرامج.
 9. استمع إلى الآراء كلها بنفس الاهتمام ولكن في إطار الوقت المخصص لكل موضوع.
 10. اسمح بالأسئلة والاستفسارات ولا تنتقل من موضوع إلى آخر إلا بعد أن تتأكد من استيعاب المشاركين جميعهم للموضوع.

برنامج / الاتصال الفعال

الجدول الزمني

اليوم الأول	
8:30 – 10:00	الوحدة الاولى: عملية الاتصال ومكوناتها.
	التأثير الايجابي لتهيئتهم للتحدث بفعالية
	الأسلوب الإيجابي والسلبي في المحادثة
10:15 – 12:00	بناء الثقة في الذات .
12.30 – 3:00	بناء الثقة في القول

اليوم الثاني	
8:30 – 10:00	الوحدة الثانية: متطلبات نجاح عملية الاتصال
	يا رجل البيع كن ولا تكن
	مفاتيح قبول الكلام
10:15 – 12:00	الوصايا المؤثرة في خدمة عملاء البنك بأحترافية
12.30 – 3:00	الأساليب المؤثرة للتعامل مع العملاء

اليوم الثالث	
8:30 – 10:00	الوحدة الثالثة: طرق التعامل مع مختلف العملاء
	أساليب التعامل مع مختلف العملاء
10:15 – 12:00	معوقات الاتصال
	الانماط الشخصية بالاتصال
12.30 – 3:00	إدارة شكاوي العملاء

الوحدة الاولى

مكونات عملية الاتصال

الاتصال الفعال

أهداف الوحدة

أهداف الوحدة التعليمية :

بنهاية هذه الوحدة يتمكن المتدرب من :

- 1- فهم معنى الاتصال الفعال وبيان أهميته في بيئة العمل .
- 2- معرفة الاتصال الفعال للتفاهم مع العملاء.
- 3- صقل مهارات المشاركين بكيفية أداء الاتصال الفعال.

محتويات الوحدة :

- مفهوم وتعريف الاتصال .
- عنصر ومكونات عملية الاتصال .
- أهداف عملية الاتصال
- أنواع الاتصال.

الاتصال الفعال

يهدف هذا البرنامج إلى توضيح حقيقة وأهمية عملية الاتصال, وتزويد المشاركين بأنواعها, وأسباب استخدامها, وتوضيح كيفية التخطيط إليها, وحصر لمراحلها, وتحديد مكوناتها.

العناوين الرئيسية

- حقيقة الاتصال بفعالية.
- أنواع الاتصال.
- لماذا الاتصال بفعالية؟
- مراحل الاتصال والتخطيط له.
- مكونات الاتصال.
- التأثير الايجابي للتحدث بايجابية .
- الاسلوب الايجابي والسلبي بالاتصال.

ورشة عمل رقم (1)

الزمن: 10 دقائق

اليوم التدريبي: الاول
الجلسة: الاولى
أسلوب الحل: فردي وجماعي

(1) هدف التطبيق:

- تدريب المشاركين على استخدام الاتصال العكسي.

(2) إجراءات تشغيل التدريب:

- يقوم المدرب بتوزيع التدريب على المتدربين.
- يشرح المدرب الهدف من التدريب وكيفية حله.
- يمنح المدرب المتدربين 15 دقيقة لحل التدريب.
- القيام بالتعليق على نتائج التدريب.

(3) ملاحظات:

- ينصح المدرب ألا يعلق تعليقا سلبيا على إجابات المتدربين ويستخدم أسلوب التشويق

وإثارة النقاش

– ورشة عمل

– الاتصال العكسي

- الغرض من هذا التمرين أن هناك فرق بين الاتصال المباشر وجها لوجه والاتصال الغير مباشر ولا يمكن رؤية وجه وتعابير الطرف الاخر بالاتصال .

ورشة عمل رقم (2)

الزمن: 5 دقائق

اليوم التدريبي: الاول
الجلسة: الاولى
أسلوب الحل: فردي وجماعي

(1) هدف التطبيق:

- تدريب المشاركين على استخدام إشارات اليد والأصابع كمشاركين أو مقدمي خدمات.

(2) إجراءات تشغيل التدريب:

- يقوم المدرب بتوزيع التدريب على المتدربين.
- يشرح المدرب الهدف من التدريب وكيفية حله.
- يمنح المدرب المتدربين 5 دقائق لحل التدريب.
- القيام بالتعليق على نتائج التدريب.

(3) ملاحظات:

ينصح المدرب ألا يعلق تعليقا سلبيا على إجابات المتدربين ويستخدم أسلوب التشويق وإثارة النقاش

ورشة عمل
إشارات اليد والأصابع

الغرض من هذا التمرين أن تعرف أن هناك إمكانية أن تعزز أو تشوش علي الاتصال الذي تقوم به من خلال حركة أصابعك، والمطلوب منك أن تعبر عن الحركة المناسبة في الظروف التالية:

1- هذا هو عين الصواب.

2- تعال إلي هنا.

3- اذهب من هنا.

4- هذا مرفوض.

5- اصمت ولا تتكلم.

6- سأقطع رأسك.

7- أنا لا أسمع.

8- هذا جميل.

الاتصال

مقدمة :

يقصد بالاتصالات تبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر بغرض تحقيق هدف معين ويعطى هذا التعريف دلالة عامة على مفهوم الاتصالات واستخدامها في جوانب عديدة من الأعمال . والاتصالات في مجال الأعمال البنكية تعتبر عنصراً مهماً ووسيلة ربط مؤثر على مدى نجاح الأعمال البنكية . ويمكن تعريف الاتصالات بعدة تعاريف تختلف من حيث الاستخدام ولكن تحمل نفس المضمون وهو تبادل المعلومات خلال شبكة من العلاقات المترابطة .

وفي هذا المجال نركز على الاتصالات المباشرة أو الاتصال الشخصي وجهاً لوجه وهذا النوع من الاتصال يعتبر اتصالاً حساساً ويحتاج على مهارة فائقة لإتمام الغرض منه .

ويمكن تعريف الاتصال الشخصي وجهاً لوجه كما يلي :

الاتصال الشخصي :

عبارة عن تواصل مباشر بين شخصين أو أكثر يركز على تفعيل الحاسة السمعية والبصرية بغرض تبادل المعلومات لتحقيق هدف معين .

وقبل الخوض في مهارات الاتصالات وجهاً لوجه يجب التعرف على مفهوم الاتصال وأهميته وما يحيط به من علاقات بين الأطراف المعنية وفي مجال تقديم الخدمات البنكية عادة ما تكون أطراف الاتصال بالبنوك متمثلة بمسؤولي تقديم الخدمات والعملاء على حسب اختلاف فئاتهم واختصاصاتهم .

مقومات الاتصال :

- 1- فكرة واضحة ومحددة تماما في ذهن صاحب الرسالة
- 2- قدرة هذا الشخص على نقل الفكرة بأسلوب واضح.
- 3- استعداد الشخص الآخر لاستقبال الفكرة.
- 4- قدرة هذا الشخص على استيعاب المعنى المقصود من الفكرة .
- 5- قدرت على تنفيذها في الرسالة .
- 6- إلا تعترض الرسالة عوائق تؤثر في نجاحها.

أهمية الاتصالات :

تقع أهمية الاتصالات في كونها وسيلة الربط بين الأطراف المتعاملة مهما كان الغرض من التعامل . فالاتصالات هي وسيلة الربط بين المرسل والمرسل إليه في جميع الأعمال . وتتبع الأهمية أيضا في مجال العمل البنكي من إنها الوسيلة التي تربط القطاع البنكي بالعميل . وفي مجال الاتصال بين البنوك والعميل يكون الغرض هو تقديم خدمة معينة أو بيع منتج معين من المنتجات البنكية الموجودة داخل البنوك . ومن هذه النقطة تزيد أهمية استغلال افضل الطرق المستخدمة في عملية الاتصالات لخدمة العميل بشكل إيجابي ومتميز .

ويبرز دور الاتصالات في تقديم خدمات البنوك لكونها عامل من عوامل نجاح أو فشل المنظمة . وهذا ناتج من أن الأسلوب المتبع في تقديم خدمة معينة للعميل هو مفتاح نجاح المنظمة البنكية وزيادة حجم التعاملات مع العملاء .

يتضح هنا الدور الذي يلعبه مسئولو المنظمة البنكية بصفة عامة ومسئولي تقديم الخدمات المباشرة للعملاء على وجه الخصوص في إنجاح عمليات وخطط المنظمة متى ما طبقوا أساليب وطرق الاتصالات الفعالة . فيجب على موظف المنظمة الإلمام بأهمية الاتصالات والعمل على إتباع افضل الطرق التي تقوى من فعالية تقديم الخدمة للعميل وتتمى علاقة جيدة متبادلة بين المنظمة والعميل . أيضاً تبرز أهمية الاتصالات من كونها الوسيلة التي تؤدي على حفز العميل للتعامل مع المنظمة السياحية والاستفادة من خدماتها أو السبب الذي يدعو العميل على صرف النظر عن المنظمة والبحث عن منظمة وشركة أخرى تلبي متطلباته بكل يسر وسهولة حيث يجد أسلوب أفضل في التعامل والاستقبال وتنفيذ البرنامج المتفق عليه .

لذلك يجب التركيز على ما يلي عند تقديم الخدمات للعميل :

- (1) أن معظم المنتجات البنكية التي تقدم للعميل متوفرة لدى أغلب المنظمات المنافسة أي أن العميل له حرية الاختيار بين مختلف المنظمات .
 - (2) عن معظم المنظمات تتنافس على استقطاب العميل وتسعى لكسب اكبر قدر ممكن من العملاء في السوق .
 - (3) الرابط الأساسي بين العميل و المنظمة ليس فقط المنتج أو البرنامج الذي توفره المنظمة ولكن أيضا وبشكل كبير ومهم هي العلاقة ومستوى الاتصال الذي ينشأ بين العميل و المنظمة
 - (4) المسؤول في المنظمة يلعب دوراً أساسياً لإظهار المنظمة البنكية بالمظهر اللائق والذي يعكس صورة متميزة لدى العملاء .
- إن أهمية الاتصالات في جانب تقديم الخدمات يمثل مرتكزاً أساسياً في نجاح أو فشل المنظمة البنكية في إرضاء عملائها الذين يمثل كسبهم هدفاً أساسياً من أهداف المنظمة البنكية .

وأيضاً تأتي نتيجة لذلك أهمية استخدام مهارات الاتصالات بالآخرين في توصيل الخدمات للعملاء بشكل متميز .

WHAT IS COMMUNICATION? : ما المقصود في الاتصالات :

الاتصالات كما سبق وعرفناها هي العملية التي عن طريقها يتم تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر لتحقيق هدف محدد .

أنواع الاتصالات بين المنظمة والعملاء والمؤسسة والعاملين

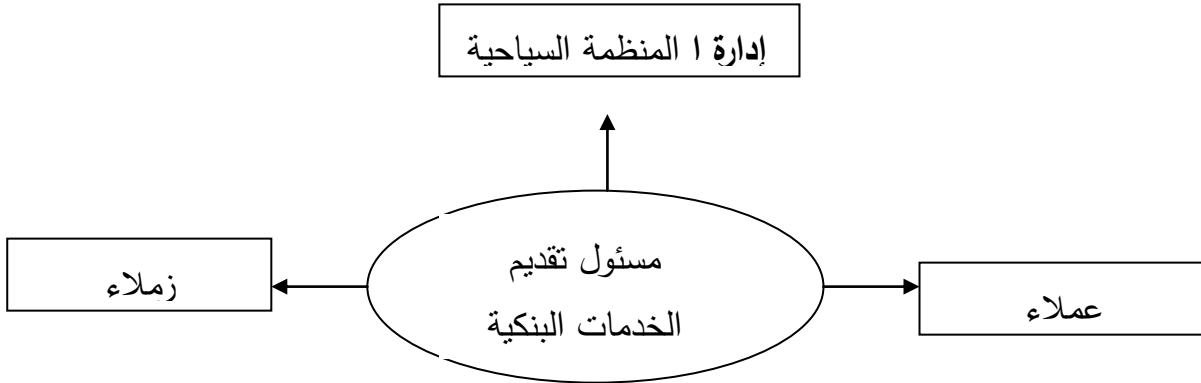
أنواع الاتصالات بين المنظمة والعملاء

تتم عملية الاتصالات بين المنظمة البنكية والعميل أو المنظمة البنكية و عدة عملاء بمختلف الفئات . حيث إن غرض الاتصال ربما يكون للإعلان عن تقديم منتج جديد أو لمتابعة تقديم خدمات لمنتجات بنكية مستمرة وعملية الاتصالات عملية مستمرة تبدأ من داخل أروقه المنظمة البنكية على أن تصل على العميل . وهي بحد ذاتها عملية علاقات مستمرة من التفاعل بين موظفي المنظمة البنكية والعملاء .

قنوات الاتصالات :

- (1) اتصال بين إدارة الشركة البنكية ومسؤولي البنكية (موظف الاستقبال وتقديم الخدمات) .
 - (2) اتصال موظف الاستقبال مع زملاءه في العمل وهذا يشمل مسؤولي الاستقبال بالإضافة على الإدارات والأقسام الأخرى المنظمة .
 - (3) اتصال بين موظفي الاستقبال والعملاء .
- وهذا يتمثل في تقديم الخدمات وبيع المنتجات والخدمات البنكية . وهذه النقطة تمثل نقطة ظهور المنتج البنكي على الجمهور مما يوضح أهمية الطريقة التي يتم فيها تقديم الخدمات أو بيع المنتجات .

ففي هذه المرحلة من الاتصال يتضح مدى أهمية جودة الخدمات المقدمة للعميل لإظهار المنظمة البنكية بالصورة الإيجابية عند العملاء .



يوضح هذا الشكل عملية اتصال مسؤول تقديم الخدمات البنكية مع عدة أطراف بالمنظمة (إدارة الشركة ، زملاءه ضمن الشركة ، عملاء) .

خطوات الاتصال بين المنظمة البنكية والعميل :

يتم الاتصال بين المنظمة البنكية والعميل على النحو التالي :

(1) الاتصال المبدئي :

(مرحلة إدراك الخدمات) تبدأ هذه المرحلة من خلال معرفة العميل بمنتجات المنظمة البنكية والخدمات التي تقدمها . وهذا يتم بالطرق التالية :

- أ- الإعلانات على اختلاف أنواعها المرئية والسمعية والمقرؤة (وهذا يشمل المنشورات التعريفية ، إعلانات الصحف والمجلات ، الإعلانات بالتلفاز أو المذياع) .
- ب- زيارة العميل لمقر المنظمة ا .
- ج- العملاء الحاليين - السمعة وتعريف الأصدقاء والأقارب بالخدمات التي تقدمها المنظمة.
- د- زيارة مندوب الشركة للعميل المتوقع .

وتأخذ هذه المرحلة من الاتصالات طابعا هاماً لما لها من دور في تكوين الفكرة الأولية عن المنظمة لدي العميل . وهذا يوضح أهمية إتمام هذه المرحلة بكل إيجابية لحفز العميل المتوقع للاستفادة من خدمات المنظمة وأيضاً ، تبرز أهمية السمعة الجيدة للمنظمة والعاملين بها مما له الأثر الكبير في تقبل العميل لخدمات المنظمة.

(2) الاتصال الفعلي : (مرحلة الاستفادة من خدمات المنظمة) :

وتبدأ هذه المرحلة من الاتصالات بمجرد بداية استفادة العميل من الخدمات أو المنتجات المقدمة . ويتم ذلك بمجرد وصول العميل أو مخاطبته المنظمة طالباً التمتع بالخدمات أو الاستفادة من المنتجات لمتوفرة .

وبما أن المنظمة تسعى في توفير أجود المنتجات وتقديم أفضل الخدمات بأسلوب متميز ، يجب على موظف المنظمة إتباع أفضل سبل الاتصالات واكتساب المهارة في جذب العملاء الجدد وتأكيد استمرارية عملاء الشركة الحاليين . وتشمل عملية الاتصالات بين المنظمة والعميل جميع ما يمكن عمله لتبادل المعلومات بغرض تحقيق الهدف من الاتصال لذلك هناك عدد من العناصر الهامة في عملية الاتصال التي من الواجب الإلمام بها وبالذور الذي يؤديه كل عنصر .

عناصر عملية الاتصالات

1 - الهدف

هو الغرض المراد تحقيقه ح فعملية الاتصالات مبنية على تحقيق أهداف محددة وفي حالة الاتصالات بين المنظمة والعميل هناك أهداف يجب تحقيقها وتلك الأهداف متوافقة مع الأهداف الأساسية المنظمة . ولو نظرنا على أهدافها من حيث تقديمها الخدمات نجد أنها تتمثل في تقديم أفضل الخدمات للعميل .

2- وسيلة الاتصالات : هي الطريقة المتبعة في إيصال الرسالة

في مجال تقديم الخدمات تتعدد الوسائل المتاحة للاتصال ، ويتم اختيار الوسيلة الأفضل على بناء على نوع الخدمة . ومن الوسائل المتبعة في الاتصال ما يلي :

- وسائل كتابية (مراسلات) .
- وسائل شفوية (وجها لوجه أو هاتفيا) .
- وسائل مرئية (استخدام الإعلانات المصورة) .
- وسائل مسموعة (استخدام المذياع) .

3- المتصل Sender المتصل هو الشخص أو الأشخاص الذين يقومون بإرسال الرسالة :

وفي بعض الأحيان يصبح المتصل عبارة عن المنظمة ممثلا في موظفي الاستقبال أو أي قسم في المنظمة . ويتم الاتصال بالعميل لتقديم خدمة معينة أو لتعريفه بخدمات جديدة وهذا يكون عن طريق إحدى الوسائل المتاحة للاتصال .

وهنا يأتي دور وضوح أسلوب المتصل مهما اختلفت الوسيلة المتبعة ، لان نجاح الرسالة يعتمد بشكل كبير على مهارة المتصل في إرسالها بكل دقة ووضوح .

فمثلا عندما يقوم مسؤول تصميم البرامج بشرح مزايا ومنافع كل نوع من أنواع البرامج للعميل الذي يريد الاستفادة من خدمات المنظمة يجب عليه اتباع ما يلي :

- الأخذ بالاعتبار أن العميل لا يعرف الفوارق بين كل برنامج وآخر .
- تبسيط لغة التخاطب مع العميل وعدم استخدام مصطلحات غامضة في شرحه لمزايا وفوائد كل رحلة . وذلك لإيصال المعلومات بكل وضوح .
- التفريق بين كل برنامج وآخر بشكل يجعل من السهل للعميل أن يختار البرنامج المناسب .
- عدم التأثير على العميل حسب ما يراه المتصل شخصا .

- إعطاء العميل الفرصة للأسئلة والتحدث عن ما يشعر به تجاه هذه البرامج .
- التأكد من أن العميل قد تفهم جميع ما يشمله البرنامج الذي سيختاره من مزايا وفوائد لذلك من دور إيجابي في إزالة الشك والقلق لدي العميل تجاه قراره .
- ملاحظة الاختلافات بين العملاء من حيث وعيهم وإدراكهم لخدمات المنظمة . حيث أن كل عميل يحتاج على معاملة مختلفة .

4- الرسالة Message

الرسالة هي المعلومة المراد إيصالها من طرف إلى آخر وهي المعلومة التي يتم تبادلها بين المتصل والمستقبل ، وفي حالة مسؤول نفذ البرامج تصبح الرسالة هي أنواع البرامج التي توفرها المنظمة للعملاء . فكلما كان إرسال هذه المعلومة جيد ودقيق كلما سهل مهمتها لدى العميل . فإن الرسالة هنا هي كل ما تعرضه المنظمة من خدمات على العميل .

5- المستقبل : المرسل عليه Receiver

هو الشخص الذي يقوم باستلام الرسالة من المتصل وفي مثالنا السابق يكون العميل هو المستقبل لأنه يستقبل المعلومة التي يرسلها مسؤول تنفيذ الخدمات .

6- رد الفعل : المعلومات الراجعة Feed back

رد الفعل هو أي استفسار أو إفادة من المستقبل عن الرسالة التي أرسلت عليه وقد يكون هذا عن طريق الإفادة بوصول وفهم الرسالة أو قد يكون في الاستفسار وطلب توضيح . ويعتبر رد الفعل من ضروريات عملية الاتصال لأنه يعطي المتصل إيضاحاً لمدى ما أستوعبه المستقبل من الرسالة . أي كلما استفسر العميل عن شيء يخص المعلومات التي تلقاها من المرسل كلما كان بالإمكان التوضيح أكثر والوصول على فهم أكثر بالنسبة للطرفين . ورد الفعل ضروري بين المرسل والمرسل عليه لأنه يعطي الفرصة للتوضيح والوصول على الهدف بكل دقة .

الاتصالات وجهاً لوجه Face to Face communication

يقصد بالاتصال وجهاً لوجه هو الاتصال المباشر الشفهي بين شخصين أو أكثر فالالاتصال وجهاً لوجه يعتبر من وسائل الاتصال الهامة والحساسة لما يترتب عليه من نتائج تؤثر على الهدف المرجو من الاتصال .

مهارات الاتصال المباشر

(أ) عند التحدث مع العميل :

- (1) اعرف ما يراد طرحه من أفكار .
- (2) اختر التوقيت المناسب للتحدث .
- (3) قدر المكان المناسب للتحدث .
- (4) إبداء في إرسال الأفكار كل على حدة .
- (5) اختر الطريقة السليمة . وهذا يشمل أسلوب التحدث . استخدم أسلوب العرض ، التأكيد ، الإقناع ، أو التعريف بخدمة معينه .
- (6) استخدم اللغة المناسبة لغة المخاطبة يجب أن تكون واضحة وبسيطة ومناسبة للعميل .
- (7) ملاحظة اللغة الغير لفظية التأكيد من أن ما تقوله يتوافق مع طريقة الحركة .
- (8) الوضوح والدقة واستخدام الأمثلة أثناء إرسال الرسالة .
- (9) تلخيص النقاط المهمة لتوضيح الموضوع بالنسبة للعميل .
- (10) التأكيد من أن العميل استلم الرسالة وفهمها .
- (11) طلب إعطاء خلاصة لما تم ذكره ج أو إعادة بعض النقاط مع العميل بغرض التأكيد إذا ما كان هناك أي إيضاحات يحتاجها العميل .

ب- عندما تكون المستمع يجب ملاحظة ما يلي :

- (1) التركيز مع المتحدث في إتباع أسلوب الاستماع الجيد .
- (2) الاستماع النشط : استخدام النظرات المساعدة على متابعة الموضوع ، تعبيرات الوجه ، وضعية الجسم تكون مفتوحة الدلالة على الاستقبال ، طرح بعض الأسئلة للاستفسار والتأكد .
- (3) طرح الأسئلة بغرض التأكد من الرسالة واستخدام أسلوب التخليص للمعلومات المستقبلية .
- (4) الاستماع بغرض فهم الفكرة الأساسية من الموضوع .
- (5) المعلومات الراجعة . التأكد على أن المعلومات الراجعة تركز على الإيجابيات والسلبيات بشكل متوازن ويفضل البدء في الإيجابيات عند المناقشة (وهذا الأسلوب يمكن استخدامه عند الشرح والمناقشة عن أي من المنتجات أو الأفكار التي يريد العميل النصح والاستشارة فيها .

الأشياء التي يجب تجنبها عند الاتصال وجها لوجه

عندما تكون المستمع	عندما تكون المتصل
تجنب ما يلي :	تجنب ما يلي :
- الخروج عن الموضوع	- استخدام اللغة الغير مناسبة أو بعض الكلمات والمصطلحات الغير مناسبة لنوعية الاتصال .
- القفز على نهاية الموضوع اعتقاداً منك انك على علم بباقي الموضوع .	- اتباع بعض الأصوات مثل (غمغمة) (تمتمة) أثناء الحديث .
- التفكير بالأسئلة خلال الاستماع .	- التملل ، إظهار بعض الحركات الدالة على العصبية .
- التركيز على التفاصيل الجانبية وإغفال الهدف الأساسي للموضوع .	- إشعار المستقبل بأن الأشياء التي يتحدث عنها بغرض الفحص أو الاختبار (مثلاً طلب إعادة ما تم قوله بالضبط يشعر المستمع أنه تحت الفحص) .
- إيقاف الاستماع بشكل سريع .	- الانشغال بأشياء على المكتب (أوراق ، أدوات مكتبية) أثناء الحديث .
- الاستقبال أو الإرسال بشكل تنافسي ومحاولة إثبات نجاح أو فشل المتحدث .	- الإطالة بشكل يجلب الملل والخروج على الموضوع .

ج- اللغة الغير لفظية :

(1) الاتصال بالنظرات :

من الوسائل المساعدة في الاتصال المباشر الاتصال عن طريق النظرات إذا استخدم إيجابيا :
لان الاتصال بالنظر أو استخدام العينان للمساعدة في إيصال المعلومة يعتبر من عوامل نجاح
الاتصال المباشرة .

ومن الأشياء المهمة في هذا الجانب :

أ - تركيز النظر على الشخص المتحدث أو المستمع ومحاولة توزيع النظرات على أجزاء
مختلفة من الجسم (الوجه ، اليدين ، الجسم) .

ب- تجنب النظر لفترة طويلة : يجب عدم التركيز بوقت طويل بالنظرات لان هذا قد يزعج
الطرف الآخر ويدعو على القلق والشك مما يفسد مجرى الاتصال . النظر بشكل طبيعي
وخاطف وعدم التركيز على جهة معينه يساعد على إنجاح الهدف من الاتصال بالنظرات
.

ج- تجنب النظر على الأشياء المحيطة في مكان الاتصال بشكل يشعر المتصل بعدم الرغبة
في الاتصال أو عدم الرغبة في الموضوع المطروح للاتصال .

2- الحركات الصامتة المساعدة على استمرار الاتصال :

(أ) الإيماء بالرأس :

يتم استخدام الإيماء بالرأس لتأكيد المتابعة مقروناً بالنظرات الإيجابية المؤكدة على الرغبة في الاتصال .

(ب) تعبيرات الوجه :

توضح رده الفعل عند المستمع لما يسمعه ويمكن الاستدلال على درجة التعجب ، الاستنكار ، والقبول ، عدم التصديق ، عدم القبول ، أو الغضب ، وذلك من خلال تعبيرات الوجه . أيضا يمكن استخدام تعبيرات الوجه من قبل المتصل كوسيلة لإظهار شعور مرحلي أثناء الاتصال .

(ج) الصمت :

صمت المستمع قد يعبر عن الصبر حيث يعطي المستمع وقتاً للرد والتعبير عن ما تم سماعه والصمت الطويل قد يكون ناتج عن عدم المتابعة أو الشرود ذهنياً أثناء الاتصال لذا يجب على المتصل التأكد أثناء الاتصال أن المستمع يتابع بانتباه ما يدور من حوار .

3- الوضع الجسماني المشجع على استمرار الاتصال :

يؤثر الوضع الجسماني متمثلاً في طريقة الجلوس وضعية الجسم على مجري الاتصال المباشر . لان طريقة الجلسة المفتوحة التي لا تكون فيها الأرجل موضوعة بشكل تقاطع ، توحى بارتياح أطراف الاتصال وتساعد على نجاح واستمرارية الاتصال .

(أ) مواجه الطرف الآخر :

الجلوس بوضع مقابل للطرف الآخر بدلاً من اخذ موقع جانبي .

(ب) عدم وضع الأرجل والأيدي في موضع متقاطع :

لان هذا الوضع من الجلوس يوحي بموقف دفاعي أو كبرياء ، مما يسبب إعاقة في الاتصال .

(ج) الميل قليلاً إلى الأمام :

يعطي هذا الوضع انطباعاً عن الرغبة في مواصلة الاتصال والمتابعة . أما الارتخاء على الخلف بشكل كبير يوحي على عدم الرغبة في الاتصال والشعور بالتعب والملل .

فمهارة المتصل في إتمام عملية الاتصال المباشر لها دور كبير في إنجاح عملية الاتصالات . لان جودة الأداء في الاتصال المباشر أمر ضروري عند تقديم الخدمة كذلك هناك عدة نقاط يجب التركيز عليها في عملية الاتصال المباشر لأهميتها في إنجاح عملية الاتصال .

العوامل التنظيمية التي تؤثر في عملية الاتصال :

هناك العديد من العوامل التنظيمية التي لها تأثير أساسي على فاعلية الاتصال تذكر منها ما يلي :

1. مركز الفرد في التنظيم الهرمي:

لا شك أن مركز الفرد في التنظيم الرسمي له صلة كبيرة بعملية الاتصال التي تتم داخل هذا التنظيم

وهناك ثلاثة أبعاد لعملية الاتصال التنظيمي:

- تدفق الاتصالات من أعلى إلى أسفل
- تدفق الاتصالات من أسفل إلى أعلى
- تدفق الاتصالات بشكل أفقي في المستويات التنظيمية المختلفة .

وقد نالت الاتصالات الأفقية والاتصالات التي تتدفق من أسفل إلى أعلى اهتماما قليلا في الأوساط

الإدارية . وقد نتج ذلك من النظرة الضيقة للمديرين إلى عملية الاتصالات على أنها عبارة عن أوامر

وتعليمات وسياسات صادرة من الإدارة العليا إلى مستوى تنظيمي أقل ، كما ارتبطت هذه النظرة

بالمعلومات والتقارير التي تعد من مستوى الإدارة المباشرة ويتم إرسالها إلى الإدارة في المستويات

التنظيمية العليا .

2. زيادة فهم العاملين بحقيقة الاتصال وأهميته

3. ويتحقق ذلك بتوعية العاملين بأهميته عن طريق البرامج التدريبية ويرتفع مستوى التدريب كلما ارتفع

المستوى الوظيفي لأن العائد له تأثير على تيسير وتنشيط الاتصالات داخل المنشأة .

3. إعادة تنظيم المنشأة بما يكفل تيسير وتنشيط الاتصالات

من أهداف عملية تيسير الاتصالات وتبسيطها وتقصير قنواتها ما يلي :

- اختصار الوقت والجهد
- زيادة عدد المراكز التي تتخذ القرارات وتبادل المعلومات وتقصير خطوط الاتصال
- تضيق نطاق الإشراف بإلغاء بعض المستويات الإدارية التي لا يحتاج إليها العمل .
- قرب الإدارات التي تتعامل مع بعضها من بعض لتسهيل الاتصال

4. تطوير مهارات الاتصال بالنسبة للعاملين

وهذه المهارات هي :

- **مهارات التحدث:** وهو الاهتمام بمحتوى الحديث ومضمونه ومراعاة الفروق الفردية بين الأفراد واختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة أثره على الآخرين .
- **مهارات الكتابة:** وهي تدريب العاملين على الكتابة الإدارية الموضوعية الدقيقة وتجنب الأخطاء الهجائية والإملائية ، وهذا يتطلب تطوير التفكير وزيادة حصيلة معلومات العاملين اللغوية وترقيه أسلوبهم في الكتابة .
- **مهارة القراءة:** وهي زيادة سرعة الفرد في القراءة وفهمه لما يقرأ
- **مهارة الإنصات:** اختيار العامل ما يهمه من معلومات وبيانات مما يصل إلى سمعه
- **مهارة التفكير:** وهي سابقة أو ملازمة أو لاحقة لعملية الاتصال

برنامج / الاتصال الفعال

- زيادة مهارة العاملين في استخدام وسائل الاتصال
- تطوير نظم حفظ المعلومات : يجب أن يتوافر في أي نظام لحفظ المعلومات والبيانات السهولة والبساطة والوفرة في المال والجهد والاقتصاد في المساحة المطلوبة لعملية الحفظ وتحقيق أمن وأمان المستندات والأوراق والأشرطة المتضمنة لهذه المعلومات والبيانات .
- الاتجاه نحو ديمقراطية القيادة : هي تعني شورى ومشاركة من جانب العاملين وتعرف على أفكارهم وآرائهم . وهي تعني أيضا اتصالات أنشط وأصدق ,ايسر وانخفاضا في الإشاعات .
- تدعيم الثقة بين العاملين في المنشأة : وذلك يؤدي إلى تيسير الاتصالات وتقليل وقت الاتصالات . وفي ظل انعدام الثقة بين العاملين بعضهم ببعض وبين العاملين وأفراد الجمهور يكون هناك دائما اتصال مكتوب بمستند لإثبات أن هناك اتصالا قد تم وإثبات موضوع الاتصال
- تخلي العاملين عن الاتجاهات السالبة : إذا سادت الاتجاهات الموجبة المنشأة سادت الاتجاهات الموجبة نحو المعاملة مع الجمهور ومع العاملين بعضهم بعضا .
- توعية العاملين بالفروق الفردية بين الأفراد
- تخليص العاملين من فقد والمشكلات النفسية حتى لا تكون معوقا للاتصال الجيد .
- تدعيم شبكة الاتصالات غير الرسمية بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات وذلك لتقليل الشائعات التي تزدهر في ظل نقص المعلومات

برنامج / الاتصال الفعال

■ تنشيط الاتصالات الأفقية وذلك حتى يتمكن العاملون في مستوى إداري معين الاتصال ببعضهم البعض في مختلف الإدارات فهو يقلل من المشكلات التي يسببها مركزية التنظيم للاتصال من حيث الزيادة في الوقت والجهد وكذلك لضمان التعاون بين إدارات المنشأة ومعرفة العاملين بالمنشأة بالعمل الذي يقوم به زملائهم في الإدارات الأخرى ولكن ينبغي للمرؤوس أن يحصل على إذن رئيسته قبل الاتصال بالإدارات الأخرى كما يجب أن يخطره بنتائج هذه الاتصالات الأفقية التي هو طرفا فيها .

تقييم نتائج الاتصال : وذلك للتأكد من تحقيق أهداف الاتصال وهذا التقييم هو المدخل لتطوير وتحسين الاتصالات مستقبلا

تمرين

بنك الرياض يفد إليه العملاء سواء كانوا أفراد أم مؤسسات أم دوائر حكومية ...

- ما هو أسلوب الاتصال الأمثل بين البنك والعملاء ؟

.....
.....
.....
.....
.....

- هل تختلف العملية الاتصالية بين العملاء والبنك عن العملية الاتصالية بين دائرة حكومية ومراجعيها ؟ وكيف يكون هذا الاختلاف ؟

.....
.....
.....
.....
.....

الوحدة الثانية

بناء التوجهات الإيجابية

الاتصال الفعال

أهداف الوحدة

أهداف الوحدة

- بنهاية هذه الوحدة يتوقع من المشارك أن يكون قادرا على أن
- يضبط سلوكه والتحكم به من خلال التحكم في أفكاره وإدارة مشاعره بإيجابية
- يكون أكثر مرونة وانفتاح على التغيير
- يكون قادر بشكل أفضل على حل المشكلات ومواجهة التحديات الجديدة
- يبحث عن طرق وأساليب جديدة في التفكير
- يفهم طبيعة السلوك الإنساني
- يعرف دور القيم في تكوين وتعديل السلوك
- يصبح أكثر قدرة على إدارة وتقديم المشورة وتقييم الموظفين

الاتصال الفعال



▪ مفاتيح أبواب النجاح

للنجاح ثلاث إعتقادات مهمة

1. ممكن

2. أستطيع

3. أنا جدير بذلك

النجاح ممكن

أستطيع النجاح

أنا جدير بالنجاح

▪ نموذج TEA



• السلوك

• الأفكار

• القيم

▪ تعريف السلوك الإنساني

هو كل أشكال وأنماط الحركة الإنسانية "الظاهرة والباطنة" والتي تتخذ أشكالا تسمى أفعال، أو تصرفات، أو تعبيرات، أو محاولات التأثير .. إلخ وبهذا هو سلسلة متعاقبة من الأفعال وردود الأفعال الصادرة عن الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهدافه وإشباع رغباته المتطورة والمتغيرة.

بمعنى أنه محصلة كل النشاط الإنساني في مختلف مجالات الحياة هذا وتنعكس آثار السلوك الإنساني الإيجابية منها أو السلبية على الفرد وعلى من يحيطون به ويتعاملون معه سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

▪ صفات السلوك الإنساني

سواء كان سلوك الفرد إيجابيا أو سلبيا أو محايدا فإنه في جميع الحالات يتصف بخصائص أساسية تساعد وحين التعرف عليها في فهم السلوك وتحليله وهي أن:

1. السلوك الإنساني هادف يسعى إلى تحقيق أهداف يريدها الفرد.
2. السلوك الإنساني يتشكل بفعل تأثير مجموعة متنوعة من العوامل.
3. السلوك الإنساني متجدد ومرن بحسب تغير الأهداف والظروف المحيطة.

▪ الصفة الأولى: السلوك هادف

لكل سلوك هدف محدد يحاول الإنسان الوصول إليه وتحقيقه بإشباع حاجاته، ويتخذ قوته وفعاليتها بتأثير الدافع أو الحاجة ويتحدد اتجاهه بالهدف الذي يسعى الفرد إلى تحقيقه والوصول إليه وبالتالي ينتج السلوك لوجود عنصرين أساسيين وهما وجود حاجة أو دافع وكذلك القيام بإشباع هذه الحاجة .

▪ الصفة الثانية: السلوك يتشكل بفعل تأثير العوامل

يتأثر ويتشكل السلوك بالعديد من العوامل منها المادية والنفسية والمعلوماتية وكذلك أيضا قدرات ومهارات الفرد .

▪ الصفة الثالثة: السلوك متجدد ومرن "متغير"

السلوك متغير ومتنوع حيث لا يقف عند مواجهة عقبة تحول دون تحقيق الهدف، بل يتغير حتى يصل إلى الهدف المرغوب. فعندما يرغب الفرد القيام بتصرف ما، معتقدا أن في هذا التصرف تحقيق مصلحة أو هدف يسعى إليه، ثم يجد عائقا أو مانعا يحول بينه وبين هذا الهدف فإنه لا يتوقف عنده مستسلما بل تجده يحاول مرة ثانية وثالثة حتى يقوم بتحقيق ما يسعى إليه وقد تتمثل المحاولات في تغيير سلوكه أو تصرفه .

▪ الآثار السلوكية لفكر الإنسان

ليس بغريب إعتبار المورد البشري أحد أهم موارد الشركة إن لم يكن أهمها على الإطلاق، بصفته المحرك لجميع أنشطة وموارد الشركة والمحفز لجميع طاقاتها، فما قيمة التجهيزات والمباني والمعدات والتقنية إن لم يتم استخدامها بالطريقة المثلى والتعامل معها كما يجب؟

وحيث أن كل ما يؤثر في النظام الفكري للإنسان سيكون له تأثيره المباشر أو غير المباشر على كيف وماذا يعمل الإنسان ومدى تحقيقه لأهداف الإدارة؟ يطرح تساؤل عن الإحتمالات المختلفة لسلوك الإنسان في عمله؟ وللإجابة على ذلك يمكن تصور ثلاث إحتمالات للإنسان في عمله:

1. فقد يؤدي عمله بإيجابية وحماس محققا بذلك أهداف الإدارة أو حتى متجاوزا لها وهذا ما يسمى بالمشارك الإيجابي وهو السلوك الذي يتفق مع توجهات الشركة ويساعد على تحقيق أهدافها.
2. أو أن يؤدي عمله بوسطية ملتزما ما تريده الإدارة دون زيادة أو نقصان وهو ما يسمى بالمكتفي بالعضوية وهو السلوك الذي يلتزم الحد الأدنى من التعاون دون أن يتجه إلى الإيجابية أو السلبية، وخطورة هذا النمط احتمال انحرافه إلى سلوك مناقض بسهوله.
3. وأخيرا هناك من يؤدي عمله بسلبية محاولا بذلك التخفف من مسؤولياته والالتفاف حول أهداف وقواعد الإدارة وهو ما يسمى بالمعارض وهو السلوك السلبي الذي يناقض أو يتعارض مع توجهات الشركة ويتسبب في إعاقة أعمالها ويسهم في إفشال محاولاتها لتحقيق الأهداف.

▪ الاعتقادات

واحدة من المكونات الأساسية لبنائنا العميق وهي التي تشكل أفكارنا وأفعالنا والتي تمثل بنائنا السطحي وتعمل على مستويات مختلفة من السلوك والإدراك وتؤثر على تجاربنا وتفسير هذه التجارب من خلال ربطها بالمعايير ذات العلاقة. وهي التي تحدث التغيرات الفسيولوجية الداخلية والمسئولة عن استجابتنا الغير واعية فنشعر بزيادة ضربات القلب و فوران الدم وتغير لون الجلد. وفي الواقع لا يتطلب الاعتقاد أن يكون الشئ حقيقة أم لا، لكنه فقط يتطلب أن تعتقد به ليكون كذلك ومن هنا تكمن خطورة الاعتقادات وأهميتها.

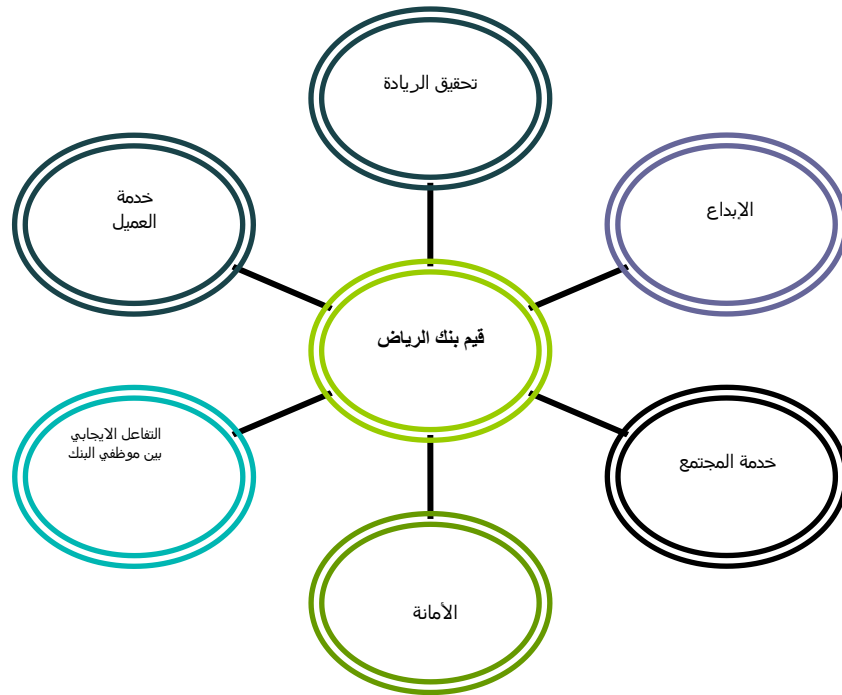
■ القيم

هي التي تحدد المعاني التي يعطيها الفرد لإدراكه الحسي والعقلي لموقف ما، وهذا بدوره يحدد أنواع الاستراتيجيات الفكرية التي يختارها لمعالجة الموقف، وبالتالي السلوك الذي يصدر عنه. كما وأنها أساس التغيير ولها أثر بالغ على ثبات واستمرار التغييرات التي ندخلها في حياتنا حيث أنها تتحكم في السلوك البشري. وهي التي توجد وتوجه الدافع للسلوك وبالتالي توجه الإنسان إلى ما يريد وإلى أغراضه الحقيقية، ومن هنا تعتبر مقياس تقييم الأمور ومعيار يحتكم إليه الشخص وبالتالي هي مرجعية حكمنا لما هو فاضل أو منكر، حق أو باطل، ملائم وغير ملائم.

قيم بنك الرياض

قيمتنا

تأتي أهمية قيم بنك الرياض، من كونها مبادئ أساسية يُسترشد بها في رسم الأهداف وإعداد الخطط وبناء الاستراتيجيات التي تقود بإذن الله إلى أفضل مستويات الإتقان والفعالية في العمل وتظهر الصورة المميزة للبنك وتعكس روح منسوبيه.



▪ من أجل سلوك متميز

▪ الافتراضات المسبقة للبرمجة

1. الخارطة ليست المنطقة
2. إحترام وتقبل الآخرين كما هم
3. ليس هناك فشل بل تجارب وخبرات
4. الشخص الأكثر مرونة يمكنه التحكم في الأمور
5. العقل والجسم كل منهما يؤثر على الآخر
6. بمقدورك فعل أي شيء طالما توفرت الموارد
7. وراء كل سلوك نية إيجابية
8. يستخدم الناس أحسن إختيار لهم في حدود الإمكانيات المتاحة
9. معنى اتصالك هو النتيجة التي تحصل عليها
10. لكل انسان مستويان من الاتصال واعى وغير واعى

▪ الخارطة ليست المنطقة

الخريطة هي إدراكنا أما المنطقة فهي الواقع والحقيقة حيث أن لكل منا خريطة شخصية عن العالم تعبر عما يجري حولنا، وماذا تعني الأشياء بالنسبة لنا، لذلك فالخريطة "مدركاتنا الشخصية" ليست بالتأكيد هي المنطقة "الحقيقة". والمقصود بهذه الفرضية أن تنتبه لوجهة نظر الآخرين وخرائطهم وتبحث عن الحقائق بدل التمسك بخريطتك الخاصة، كما وتساعدك في توسيع مداركك والنظر للموضوع من أكثر من زاوية.

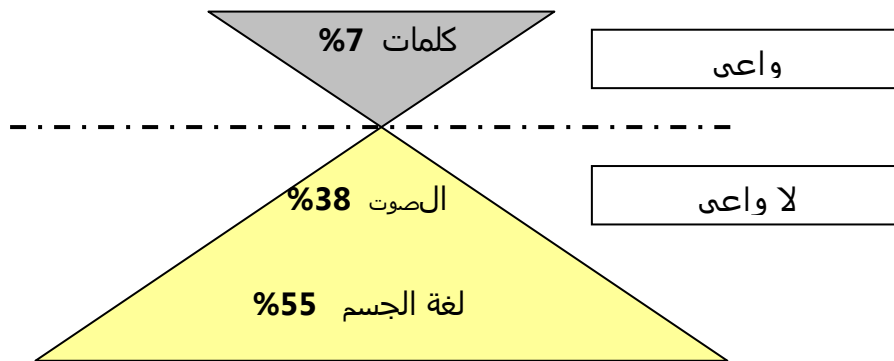
▪ إحترام وتقبل الآخرين كما هم

حيث أن كل منا يرى الأمور من زاويته وأنا مختلفين في إدراكنا، لا بد لنا من إحترام وجهات نظر الآخرين كي نتواصل بفعالية وثقة. و المقصود بهذه الفرضية أن لا تسخر من الآخرين وتقبل الاختلاف في وجهات النظر وهذا لايعني الخضوع لسليبات الآخرين بل أن نتفهمها ونتحرك لتغيير السليبات بالطرق المناسبة والوصول لنقاط تفاهم مشتركة مع إحترام وجهة نظر كل طرف.

- ليس هناك فشل بل تجارب وخبرات
في هذه الحياة لا يوجد فشل إلا في أذهان وعقول من لا يدرك معنى النجاح. و المقصود بهذه الفرضية أن لا تحكم على نفسك بالفشل في حال عدم تمكنك من النجاح من المحاولة الأولى وعندما تخطئ الطريق اعتبر ذلك بمثابة درس تعلمته كي لا تعيد الخطأ مرة أخرى.
تقول الحكمة الصينية : (يأتي النجاح من القرارات الصائبة والقرارات الصائبة تأتي من التقدير السليم للأمور والتقدير السليم للأمور يأتي من التجارب والتجارب تأتي من التقدير الخاطئ للأمور.
- الشخص الأكثر مرونة يمكنه التحكم في الأمور
المرونة هي المحافظة على الهدف مع تغيير الطريقة وهي القدرة على التكيف الإيجابي مع الأحوال والأحداث بما يحقق الحصيلة. الساذج هو من يعتقد بأنه سوف يحصل على نتيجة مختلفة رغم أنه يؤدي العمل بنفس الطريقة كل مرة. و المقصود بهذه الفرضية أن تكرر نفس المحاولات التي لا تؤدي إلى نتيجة لن تغير النتيجة مهما تكررت.
- العقل والجسم كل منهما يؤثر على الآخر
تنعكس الأفكار والحالات الذهنية التي تمر بها على تعبيرات وجهك وحركة جسمك وبالتالي تؤثر على مشاعرك وأحاسيسك والعكس صحيح. والمقصود بهذه الفرضية أن فهمك للعلاقة بينهما يؤدي إلى جعلك أكثر تحكما في حالتك الشعورية حيث تتكون النفس من أفكار ومشاعر وسلوك.
- بمقدورك فعل أي شئ طالما توفرت الموارد
تبنى البرمجة على تمثيل الامتياز البشري فمعرفة ما الذي يقوم به المتميزون والمتخصصون ومن ثم اتباع خطواتهم يمكنك من الحصول على نتائج رائعة. و المقصود بهذه الفرضية أن تحدد لنفسك هدفا وأن تكون لديك الرغبة المتقدة في تحقيق الحصيلة وهذا لا يعني إلغاء الفروق الفردية بل يعني أنه بمقدورك إنجاز ما أنجزه الآخرون متى تحققت الموارد

برنامج / الاتصال الفعال

- وراء كل سلوك نيه إيجابية من الضروري التفريق بين الشخص وسلوكه حيث يساعدك ذلك على معرفة القصد الإيجابي من وراء ذلك السلوك مما قد يساعدك في إحداث التغيير إذا تمكنت من إيجاد سلوك جديد مع الإبقاء على النية الإيجابية والقصد هنا أن الإنسان يسعى من وراء سلوكه إما إلى تحقيق منفعة أو تجنب ضرر.
- يستخدم الناس أحسن إختيار لهم في حدود الإمكانيات المتاحة إن مايفعله الشخص في لحظة معينة إنما يركز على قيمه واعتقاداته ومهاراته وسلوكياته في تلك اللحظة ويمثل هذا الإختيار بالنسبة له أفضل إختيار ممكن وفق إدراكه وتصوراته، وإذا ما تعلم إنسان شيئا جديدا من سلوك وتصرفات وقيم واعتقادات فإنه بالتأكيد سيكون أمامه بدائل كثيرة تساعده على الإختيار.
- معنى اتصالك هو النتيجة التي تحصل عليها أحيانا نتساءل عن ظنون الناس بنا مالذي يحركها في تلك الاتجاهات؟ والحقيقة ان هذا هو مضمون رسالتك لذلك مهما أمكن حمل نفسك مسؤولية فهم الآخرين لرسالتك، فليس معنى اتصالك ما نويته وقصدته ولكن هو الرد والنتيجة التي حصلت عليها. حيث أن نجاح عملية اتصالك تكمن في الاستجابة التي تولدها فالاستجابة في عملية الاتصال تعتمد عليك باعتبارك المرسل فاذا اردت ان تقنع انسانا ما بأن يفعل شيئا ما ثم فعل شيئا آخر فان الخطأ يكمن في عملية الاتصال حيث انك لم تعثر على الطريق الذي تطلق من خلاله رسالتك. تضع هذه الفرضية المسؤولية كاملة على عاتقنا فهي تجعلنا نكف عن القول (لقد أسأت الفهم) ويجعلنا نسأل بدلا من ذلك كيف يمكنني ان اعبر عن هذه النقطة بحيث تستجيب بالطريقة التي اريدها؟ كما تذكرنا هذه الفرضية أيضا بأن نتحقق من انه ليس فقط كلماتنا ولكن أيضا اتصالنا غير اللفظي يعطي الرسالة نفسها.
- لكل انسان مستويان من الاتصال واعى وغير واعى



برنامج / الاتصال الفعال

■ إنتبه



راقب أفكارك لأنها ستصبح أفعال



راقب أفعالك لأنها ستصبح عادات



راقب عاداتك لأنها ستصبح طباع



راقب طباعك لأنها ستحدد مصيرك



أنت
ما إعتدت فعله

الوصايا المؤثرة للتميز في خدمة العميل والمحافظة عليه ما يلي:

1. العميل هو الشخص الأكثر أهمية في مؤسستك .
2. لا يعتمد العميل عليك ، بل أنت تعتمد على العميل ، وأنت تعمل لديه .
3. لا يشكل العميل مصدراً للإزعاج لك ، إن العميل هو هدف عملك .
4. يطوقك العميل بفضله عندما يزورك في المؤسسة أو يتصل بك إنك لا تتفضل عليه بتقديم الخدمة له .
5. يشكل العميل جزءاً من عملك ، مثله مثل أي شيء آخر في ذلك مخزونك من المنتجات وموظفيك ومكان عملك ، وإذا قمت ببيع مؤسستك فإن العملاء يذهبون معها .
6. ليس العميل مجرد عدد إحصائي جامد ، إن العميل شخص لديه مشاعره وعواطفه مثلك تماماً، لذا عامل العميل بصورة أفضل مما تود أن تعامل به .
7. إن العميل ليس هو الشخص الذي يحسن أن تتجادل معه .
8. واجبك الوظيفي يحتم عليك أن تعمل على إشباع حاجات ورغبات وتوقعات عملائك ، وأن تعمل بقدر المستطاع على إزالة مخاوفهم وأسباب شكاواهم .
9. يستحق العميل أعلى قدر من الانتباه والمعاملة المهنية المهذبة التي يمكنك أن تقدمها له .
10. العميل هو شريان الحياة الرئيس في عملك ، تذكر دائماً أنه دون عملاء لن يكون لك عمل ، فأنت تعمل من أجل العميل .

العوامل التي يتوقف عليها نجاح عملية الاتصال:

يتوقف نجاح عملية الاتصال على عدة عوامل أهمها ما يلي :

1- لغة التخاطب بين المرسل والمستقبل:

والمقصود هنا اللغة التي يتحدث بها المرسل مع المستقبل ، واللغات عدة منها العربية والإنجليزية والفرنسية فإذا كانت اللغة برموزها ودلالاتها ومفاهيمها واضحة ومفهومة للطرفين كان ذلك عاملاً مساعداً في نجاح عملية الاتصال والعكس بالعكس.

هب أنك علمت أن خبيراً سيلقى محاضرة عن موضوع أنت تحبه وذهبت لمكان المحاضرة وجاء الخبير إلا أنه تحدث باللغة الفرنسية وانت لا تعلم شيئاً عن هذه اللغة أو معرفتك ضعيفة بها فهل ستفهم تلك المحاضرة بوجه كامل ... الإجابة بالنفي.

وإذا كان المعلم يستخدم مصطلحات ورموز لا يعلمها التلميذ ولا سيعرف عنها شيئاً أو إذا كانت التراكيب اللغوية والتشبيهات والصور البلاغية التي يستخدمها المعلم لا يعرف عنها التلميذ شيئاً فإنه من الصعب أن يفهم ما يقدمه المعلم.

وهب أنك ذهبت إلى المكتبة واستعرت كتاباً في الفلسفة وذهبت إلى منزلك لقراءته فوجدت المؤلف استخدم لغة ومصطلحات ومعان وأفكار لا تعلم عنها شيئاً فهل ستستوعب ما في الكتاب وهي ستخرج من قراءته بفهم كامل .. الإجابة بالنفي.

ولذا فنحن نوصي كل معلم باستخدام اللغة و المصطلحات التي يتجاوب معها التلاميذ ويستطيعون فهمها واستيعابها.

2- المستوى الثقافي والعلمي للمرسل والمستقبل

لكل فرد منا مستوى ثقافي وعلمي معين فإذا تقارب ذلك المستوى بين المرسل والمستقبل فإن ذلك عاملاً مفيداً في تقارب التفاهم بين الطرفين والعكس بالعكس.

هب أن أستاذاً بالجامعة يتحدث عن قوانين الحركة أو نظرية الضوء أو نظرية فيثاغورث أو النظرية السلوكية في علم النفس ، وكان من بين الحضور رجلاً أمياً فهل يفهم الأمي النظرية وهل سينجح معه عملية الاتصال ... الإجابة بالنفي.

وهب لنا أنك تستمع في التلفزيون إلى عالم يتحدث عن الهندسة الوراثية فوائدها وعيوبها فهل يفهم غير المتعلم تلك الرسالة بشكل جيد ؟ أجب أنت ؟

3- توافر مهارات معينة لدى كل من المرسل والمستقبل:

الواجب أن تتوافر لدى المرسل (المعلم مثلاً) مهارة التحدث والكتابة أو مهارة الفك والتركيب أو مهارة إجراء التجارب أو مهارة استخدام آلة معينة بما يساعد على توصيل رسالته بصورة جيدة ، كما يجب أن تتوافر لدى المستقبل مهارات مثل القراءة والكتابة والإستماع والمهارات الأدائية ويلزم توافر تلك المهارات من الطرفين معاً فإذا أتقن المعلم مهاراته فقد التلميذ تلك المهارات فلا جدوى من عملية الاتصال. انظر مثلاً للمعلم الذي يبذل قصارى جهده في الشرح والتوضيح وضرب الأمثلة والمناقشة وإجراء التجارب بينما التلميذ منصرفاً عنه وغير مهتم بما يحدث من المعلم ... هل سيستفيد ذلك التلميذ شيئاً... أجب أنت ؟

4- جودة أداة النقل:

يقصد بأداة النقل الوسيلة التي تستعمل لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فإذا كانت الأداة جيدة وسليمة وليس بها أعطال كان ذلك عاملاً من عوامل نجاح الاتصال. وسنعطى مثالا على ذلك:

هب أنك تريد إرسال رسالة تليفونية إلى أخيك الذي سكن في مدينة بعيدة وحينما جئت لتستخدم التليفون سمعت منه صفيراً وأزيزاً وأصواتاً غريبة فهل ستصل الرسالة بصورة جيدة ... أجب أنت. وهب أن المعلم أراد أن يستخدم الراديو لنقل رسالة للتلاميذ فأحضر إليه العامل جهاز قديماً وعندما قام المعلم باستعماله فوجيء بتداخل محطات الإرسال وسمع منه صفيراً متواصلًا بل سمع تداخل الصوت والصفيير كما فوجيء بذهاب الإرسال وعودته مرة بعد الأخرى فهل ستصل الرسالة بصورة جيدة للتلاميذ ... الإجابة بالنفي.

ولذا فنحن نوصي كل معلم بالتدقيق جيداً في اختيار أداة لنقل الرسالة لتكون عاملاً مساعداً لا معوقاً في إنجاح عملية الاتصال.

5- تنوع وسائل الاتصال:

من العوامل التي تساعد على نجاح عملية الاتصال تنوع وسائل الاتصال أي الواجب ألا تستخدم قناة اتصال واحد طوال الوقت لأن النوع مثير ويؤدي إلى جذب انتباه التلاميذ باستمرار فالمعلم الذي يستخدم الكلام طوال الحصة يصاب تلاميذه بالملل والفتور ولذا عليه أن ينوع في استخدامه للوسائل فتارة يستخدم الإلقاء وتارة يستخدم المناقشة وتارة

يسأل التلاميذ وتارة يعرض وسيلة تعليمية وتارة يقوم هو بأداء العمل وتارة يكلف تلاميذه بعمل ما وهكذا باستمرار .

6- ألا يظل المرسل مرسلًا والمستقبل مستقبلاً طوال الوقت :

من المهم تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فمرة يكون المرسل مستقبلاً ومرة يكون مستقبلاً وكذلك المستقبل يستقبل تارة ويرسل الأخرى فالمعلم تارة يقدم المادة التعليمية وتارة يتلقى استفسارات تلاميذه ، وهكذا باستمرار.

ومن حق المعلم أن يدلى برأيه ومن حق التلميذ ذلك أيضاً ومن حق المعلم أن يسأل التلاميذ ومن حق التلاميذ أن يسألوه أيضاً.

وعلينا أن نعي جيداً أن تبادل الأدوار يساعد في نجاح عملية الاتصال ، فهل ذلك يحدث في فصولنا الدراسية .. أجب عن ذلك.

7-توافر اتجاهات إيجابية في موقف الاتصال:

يلزم لنجاح عملية الاتصال توافر عدة اتجاهات موجبة مثل :

أ - اتجاه إيجابي من المرسل نحو المستقبل : وهذا يعني حب المعلم للمتعلم وتقبله آياه والاهتمام به وعدم تعاليه على تلاميذه وسعادته بهم وتفاعله معهم ، ومساعدتهم في حل مشكلاتهم.

ب- اتجاه إيجابي من المستقبل نحو المرسل : وهذا الأمر مكمل للأمر السابق لأن عدم قابلية التلاميذ للمعلم وكراهيتهم له ونفورهم منه وعدم احترامهم له يؤدي إلى عدم فهمهم وعدم تقبلهم للرسالة. وعلى المعلم الجيد أن يحرص على حب تلاميذه له وتعلقهم به وانتظارهم لدروسه بفرغ الصبر.

ج- اتجاه المرسل والمستقبل نحو الرسالة : فالمعلم حين يكون مؤمناً بقيمة الرسالة التي يقدمها للتلاميذ مؤمناً بهدفها وفائدتها وأهميتها فإنه يتحمس لها وينفعل بها ويبدل قصارى جهده من أجل توصيلها إلى التلاميذ وهذا بعكس المعلم الذي ليست لديه قناعة بما يقوم بتدريسه وكذلك التلميذ إذا كان مقتنعاً بما يدرس وبفائدته فإنه يقبل على الدراسة بتحمس وانفعال وشغف وحب.

وهنا نؤكد على دور المعلم في تحبيب تلاميذه لما يدرسونه وأن يحاول جاهداً ترغيبهم وتشويقهم للدراسة مستخدماً ما يلزم من وسائل وإجراءات وطرق

الوحدة الثالثة

الإصغاء الفعال وتحديد احتياجات العملاء

الاتصال الفعال

الأهداف التعليمية

بنهاية هذه الوحدة يتعرف المتدرب على :

- 1- أهمية الاتصال الفعال في تحديد احتياجات العملاء .
- 2- المبادئ الأساسية للاتصال الفعال .
- 3- الأساليب التي تجعل منه منصتاً فعالاً .

يعتبر الإصغاء الفعال مهارة أساسية من مهارات خدمة العملاء . الإصغاء بالتأكيد ينقسم إلى قسمين : -

- إصغاء فعال .
- إصغاء غير فعال .



الإصغاء الفعال

عبارة عن عملية اتصالية ذات اتجاهين يكون موضوعها محددًا ولدى الطرفين الرغبة الأكيدة فيه من خلال ما يبديان من تفاعل وأخذ ورد .

لكي يحدث الإصغاء الفعال يجب أن يتوافر الآتي :

- 1- أن يكون هنالك موضوعاً بين المتحدث والمصغي .
- 2- أن يري المصغي أن الموضوع مهماً .
- 3- أن يكون هناك تقارب نفسي بين الطرفين واستلطاق أو على الأقل عدم الشعور برفض الآخر .
- 4- أن يكون الاتصال في بيئة مساعدة من حيث التهيئة والظرف .

الإصغاء ضروري لمعرفة ما يريد العميل بدقة وعدم التباس فالانشغال عن المتحدث يؤدي إلى أن لا يعرف الموظف ما يريد أو يتسبب في فهم ما يريد العميل بشكل خاطئ . كما أن عدم

الإنصات يفهمه الآخرون على أنه عدم اهتمام بما يقولون وعدم احترام لهم الأمر الذي يجب على الموظف تجنبه .

المهارات الإنصاتية مهارة تكتسب من خلال التمارين والمثابرة وتقوي وترسخ باستخدامها في الحياة اليومية عبر التعامل مع الآخرين . بناء في أي عادة يقولون ، يتم بمجرد أن نحرص عليها لمدة زمنية معينة بعدها تصبح جزء من سلوكك .

مما لا شك فيه أن الإنصات الفعال : -

- يشعر العميل بأهميته .
- يزيد من احترام العميل للموظف .
- يساعد الموظف في التعرف بدقة على احتياجات .
- يساعد كثيراً في ربط خصائص المنتج بحاجة العميل وبالتالي يسهل عمليات البيع والبيع المشتق .
- يعتبر الإصغاء الفعال إحدى الأدوات التي يتم بها اجتذاب عملاء جدد والمحافظة عليهم .

مهارات الإصغاء

- التركيز على المضمون وليس على الشكل .
- عدم مقاطعة المتحدث والتدخل فقط لتحفيزه للحديث أكثر .
- إشعار العميل بتفاعلك معه من خلال حركات الجسم والإشارات .
- تركيز النظر مع المتحدث والنظر إلى عيونه من دون تحديق .
- تقادي قطع حديث المتحدث لأي سبب والعودة مرة أخرى ذلك يؤدي إلى ضعف التركيز وقتل الحماس لدي المتحدث مما يجعله سلبياً نوعاً ما عندما يعاود الحديث .
- وضع النفس مكان المتحدث للشعور بأهمية الاستماع .
- السعي لعدم الاختلاف مع العميل وعدم مغالطة الحقائق كما يجب احترام ما هو رأي وبذلك نكون قد هدمنا كل يشكل أساس هدم .
- طرح الأسئلة الإيضاحية وغيرها تزيد من تحفيز المتحدث على التفاعل .
- تلخيص ما قاله المتحدث ذهنياً وأحياناً أخذ بعض النقاط الهامة كتابة لتكون أساساً للتفاعل .

القاعدة أن يتحدث العميل بنسبة 80 % من
زمن اللقاء والموظف 20 أو أقل من زمن اللقاء

القواعد الأساسية للاستماع

• دع العميل يتحدث :

- إنك لا تستطيع الاستماع إذا كنت أنت الذي يتكلم .
- بما أن الكثيرون أن الكلام عادة فكذلك الإنصات . مارسه تتعلمه .
- إذا كان الكلام من فضاة فالسكوت من ذهب . دع الفضاة للآخرين
واظفر بالذهب .
- خلق الله للإنسان أذنان ولسان واحد . ألا يعني ذلك شيئاً؟؟

• التعاطف والقبول

تخلص من كل أحكام مسبقة واستمع بعقل مفتوح
لتفهم وليس لتعارض .
ضع نفسك في مكان المتحدث لتقدر أهمية أن تفهم
وجهة نظره .
حفز المتحدث بقدر المستطاع ليقول ما عنده .

• التركيز

ما جعل الله لرجل من قلبين في جوفه .
استعمل الورقة والقلم لتدوين النقاط المهمة .
إبني قائمة ذهنية إذا كان ذهنك مدرباً ضع فيها كل
النقاط المهمة .
رتب الأمور بشكل يمنع كافة المقاطعات والإزعاج
الذي يمكن أن يشوش على الاستماع .

• إبد رغبةً في الاستماع

- أنظر إلى المتحدث في عينيه دون تحديق .
- اجلس وجسمك مندفع للأمام .
- أحرص على عدم التثاؤب أو النعاس .
- استعمل الأسئلة الاستيضاحية من وقت لآخر

• الصبر

- لا تقاطع العميل .
- لا تظهر أن صبرك قد نفذ .
- أعط العميل الفرصة الكافية ليقول ما لديه .

• ضبط النفس

- الانفعال يهزم المنطق ويضعفه .
- الغضب يقود إلترصده الهفوات والأخطاء .
- تحت تأثير الغضب الكلمات والعبارات تأخذ معان أحياناً تكون غير مقصودة .

● التوفيقية

- لا تجنح إلى الجدل .
- ابحث عن نقاط الالتقاء وركز عليها ولا تتأثر بنقاط الاختلاف .
- الجدل يقود إلى فقدان العميل سواء كسبته أم خسرتة .

● التفاعل

- أطر الأسئلة بشكل واضح .
- استعمل العبارات التشجيعية مثل " جيد جداً " " برفو " هذا هو " المهم " الخ .
- أسأل أسئلة مفتوحة لتتعرف على الوضع .
- أسأل أسئلة مغلقة لتصل إلى اتفاق .
- كن يقطاً لتلتقط بعض الإشارات المفيدة .

الوحدة الرابعة

أنماط العملاء

الاتصال الفعال

الوحدة

أهداف الوحدة التعليمية :

بنهاية هذه الوحدة يتمكن المتدرب من :

4- التعرف على مجموعة شاملة من أنماط العملاء .

5- تحديد النمط السلوكي لكل من هذه الأنماط .

بناء استراتيجية للتعامل مع كل نمط بغرض المحافظة عليه وزيادة التعامل معه

محتويات الوحدة :

- أنواع شخصيات العملاء .
- استراتيجيات التعامل مع كل نمط من أنماط العملاء .

الاتصال الفعال

أنماط العملاء

يجب التأكد على ضرورة القرب من العملاء والاتصال بهم لتحقيق العناية الحقيقية وتقديم خدمات متميزة لهم . والقرب من العملاء ينبغي أن يؤدي إلى تمكن الموظف من جعل طريقته في تقديم الخدمة الملائمة لنفسيات العملاء وصفاتهم الشخصية وأساليبهم في التعامل .

والعملاء مختلفون في شخصياتهم وآرائهم ومستوياتهم العملية وفي أعمارهم وتجاربهم وظروفهم الخ والعملاء بشر يتعرضون لمؤثرات خارجة عن إرادتهم . وهذه المؤثرات منها ما هو :

أ- صحي .

ب- مالي .

ج- متعلق بالعمل .

د- متعلق بالمنزل والأسرة وغيرها .

ومما ينبغي الإشارة لأهميته أنه مهما كانت المؤثرات ومهما كانت صفات العملاء وسلوكياتهم فإنها يجب ألا تؤدي إلى أن يعاملهم موظف الشركة معاملة تخرج عن قواعد الأدب والسلوك الرفيع المستوى . كما أن إظهار الموظف لاستعداده لتقديم الخدمات والرغبة المخلصة في مساعدة العملاء يجب ألا يستثني منه عميل مهما كانت الأسباب والمبررات . غير أنه ينبغي التنوية إلى أمر هام هو أن درجة العملاء من حيث الأهمية تختلف بمقدار وحجم تعاملات العميل مع الشركة . ولا يوجد عميل يمكن أن نصفه بأنه غير مهم ولكن يوجد العميل الأهم .

وتشير الدراسات المتعلقة بتحديد صفات الشخصيات المختلفة للعلماء أنه توجد صفات شبه ملازمة للإنسان تغلب على سلوكه ونزعاته . وقد بينت الدراسات المتصلة بالأشكال السلوكية والصفات النفسية للعملاء أن شخصيات العملاء كالتالي :

الصفات السلوكية للعملاء

- 1- العميل المتعجل .
- 2- العميل شديد الحساسية والانفعال .
- 3- العميل كثير الكلام .
- 4- العميل الجاد .
- 5- العميل المتردد .
- 6- العميل الثقيل .
- 7- العميل الصامت .
- 8- العميل مدعى المعرفة .
- 9- العميل المتكبر .
- 10- العميل الخجول .
- 11- العميل المغلق .

إن الإيقاع السريع لهذا العصر يحتم على الشركات أن يتسم أدائها بالسرعة . لأن المتطلبات المتعددة لهذا العصر جعلت الكثير من الناس يحرص على استغلال الوقت بشكل يمكنه من إنجاز أكبر قدر من الواجبات . إن العصر يتسم بالسرعة ، فالناس يقودون سياراتهم بسرعة ويأكلون بسرعة . ولكن كثير من الشركات لم تصحو لهذه الحقيقة بعد . ويكفي أن نلقي نظرة على مراجعي أي شركة من الشركات حتى ترى طابوراً من العملاء في انتظار قضاء حاجاتهم . فلم تدرك الكثير من الشركات بعد أهمية وقت العملاء وضرورة خدماتهم بالسرعة التي يقتضيها طبيعة العصر . كما ينبغي ألا نلوم العملاء لأنهم تحولوا إلى عملاء مستعجلون فالضغوط التي تطرحها عليهم ظروف الحياة الجديدة يريدون قضاء حاجاتهم بسرعة .



أما سلوكيات العميل المستعجل فهو :

- 1- ينظر إليك باستمرار .
- 2- يحاول الحصول على الأولوية .
- 3- يبدو نافذ الصبر .
- 4- لديه مهمة محددة يريد إنجازها .
- 5- لا وقت لديه للاستماع والشرح .
- 6- المقاطعة للموظف .

طريقة معاملة :

- 1- حاول إعطاه الأولوية إذا كان ذلك ممكناً شرط ألا يؤدي ذلك إلى إخلال بالنظام أو بحق الأولوية للعملاء الآخرين . مثال ذلك تطلب منه الاستئذان من العملاء الذين أمامه .
- 2- اجعل أدائك للخدمة سريعاً واحرص على عدم الوقوع في الخطأ نتيجة السرعة .
- 3- ركز على جوهر الخدمة التي يريدها العميل وابتعد عن التفاصيل .
- 4- لا تكن روتينياً بحيث تطيل الإجراءات غير الضرورية .

العميل شديد الحساسية والانفعال

لو أتيح لكل إنسان أن يختار أفضل لاختار الصفات بنفسه . ولكن الحياة بمشاكلها وتجاربيها المؤلمة التي تمر ببعض الناس تشكل شخصياتهم وتصوغها في أنماط مختلفة . فبعضهم يصبح ذا شخصية مفيدة وآخر يصبح سريع الانفعال الخ ، وعلى الموظف أن يستلف العذر للعميل ويبحث له عن مبرر ويعزو له سبب اتصاف العميل ببعض الصفات السلبية .

ومن العملاء من هو شديد الحساسية سريع الانفعال ذو نفسية مرهفة ، فعلى الموظف أولاً أن يكتشف هذا النوع من العملاء من الوهلة الأولى لتحاشي استنارتهم . ثم ثانياً أن يعامله بالأسلوب المناسب لنوعيته .

سلوك العميل سريع الانفعال هو :

- 1- يميل إلى التقضيب قليلاً .
- 2- نبرة صوته عالية .
- 3- يفسر الكلام الذي يقال على أنه انتقاد موجه ضده .
- 4- يخشى الإهانة وحساسيته عالية .
- 5- يحرص على ألا يرتكب خطأ في حق أحد .



طريقة معاملته :

- 1- حاول أن تجعله يبتسم بكلمة عابرة أو طرفة سريعة .
- 2- لا تنزعج من نبرة صوته العالية .
- 3- حاول اختيار ألفاظك بعناية بحيث لا تقول شيئاً يؤدي إلى استنارته .
- 4- أظهر له استعدادك لخدمته بشكل غير عادي .
- 5- أظهر له الاحترام الشديد .

العميل كثير الكلام

من العملاء من يسترسل في الكلام ويتحدث بشكل غير منقطع . كثرة الكلام إما أن تكون عادة لدى المرء أو تكون نتيجة كما يقول علماء النفس للشعور بعدم الأمان أو للشعور بالنقص . وحينما يواجه الموظف عميلاً كثير الكلام فإن السلوك المتخصص يوجب أن يكون جافاً مع العميل فتظعر لها امتعاضك من استرساله في الحديث ولكن أن تحرص أن يكون ذلك بطريقة لبقة على ألا يتسبب استرسال العميل في الكلام لإضاعة الوقت .



سلوك العميل كثير الكلام فهو :

- 1- يميل إلى المرح والدعابة .
- 2- يسترسل في الحديث منتقلاً من موضوع لآخر .
- 3- يتحدث في مواضيع لا علاقة لها أحياناً بالخدمة التي جاء مـ
- 4- لا يبالي بضياع الوقت .
- 5- قد يعطل الموظف عن أداء واجباته الأخرى .

طريقة معاملته :

- 1- أتح له أن يتحدث إليك بالقدر المناسب دون أن يتسبب ذلك في ضياع الوقت وتعطيلك عن العمل .
- 2- كلما خرج عن الموضوع الذي جاء من أجله استخدم طيقة الأسئلة المغلقة لإعادته إليه .
- 3- أظهر موافقتك على المناسب من تعليقاته ولكن شرط أن تكون ذات صلة بالخدمة التي يريد .
- 4- قم بأداء الخدمة له بشكل سريع بحيث لا تعطيه الفرصة لإضاعة الوقت .
- 5- أشعره بلباقة أنه لو لا وجود عملاء آخرينم لكنت أعطيته مزيداً من الوقت .

العميل الجاد

من العملاء من يبدو على ملامحه الجدية والاهتمام بإنجاز الخدمة التي جاء من أجلها . أنه يريد أن يتم الخدمة بأفضل الطرق ، ويختلف هذا العميل عن الكثير من الأنماط الأخرى للعملاء في أن لديه احتياجاً محدوداً ويريد خدمة مناسبة لهذا الاحتياج ، كما انه ليس لديه الرغبة في إضاعة الوقت ، وقد لا يكون هذا العميل ملماً ببعض الخدمات وتفصيلاتها ، لذلك فقد يتطلب من الموظف أن يقدم شرحاً مفصلاً حول بعض الخدمات الملائمة لاحتياجه ، ويستطيع الموظف التعرف عليه من خلال تصرفاته وسلوكه كما هي الحال مع العملاء الآخرين .

سلوك العميل الجاد

- 1- يعبر للموظف عن وجود حاجة محددة لديه منذ الوهلة الأولى لمقابلة الموظف .
- 2- يتصف سلوكه بالهدوء والالتزان ولا يتعجل في حديثه أو سلوكه .
- 3- يصغي لما يقوله الموظف باهتمام ولا يقاطعه .
- 4- يفكر في كل نقطة يذكرها للموظف .
- 5- يظهر استحسان للنقاط الإيجابية منها .
- 6- لا يطيل النقاش في النقاط غير الإيجابية .



طريقة معاملته

- 1- يجب أن تكون لدى الموظف معرفة دقيقة بكل تفاصيل الخدمة التي يعرضها عليه .
- 2- يجب ان يكون سلوك الموظف معه طبيعياً ولكن يميل إلى الجد قليلاً .
- 3- يجب أن تظهر له الاحترام الشديد .
- 4- وضح له الخدمة بطريقة منظمة ودقيقة وبالتفصيل .
- 5- احذر من الخطأ أو التأخير في أداء الخدمة لأن ذلك يفدك ثقة العميل .

العميل المتردد

يواجه موظفو الشركات أحياناً عملاء لا توجد لديهم حاجة محددة في أذهانهم ، ولا يعرفون ما يريدون من الخدمات عملاء يبدو عليهم التردد والحيرة إنهم الذين لم يستقر رأيهم على خدمة معينة ، والتردد له أسباب منها :



- 1- عدم وضوح حاجة العميل في ذهنه .
- 2- عدم معرفة العميل للخدمات المناسبة لحاجته .
- 3- لا يبدو متأكداً من حاجته للخدمة أو من تفضيله لخدمة دون سواها .
- 4- يخشى من اتخاذ القرار .

سلوك العميل المتردد :

- 1- يظهر رغبته في خدمة ما ثم يتراجع عنها إلى غيرها ثم يعود فيظهر رغبته في الخدمة الأولى ثم يتراجع .
- 2- لا يبدو متأكداً من حاجته للخدمة أو من تفضيله لخدمة دون واسواها .
- 3- يخشى من اتخاذ القرار .

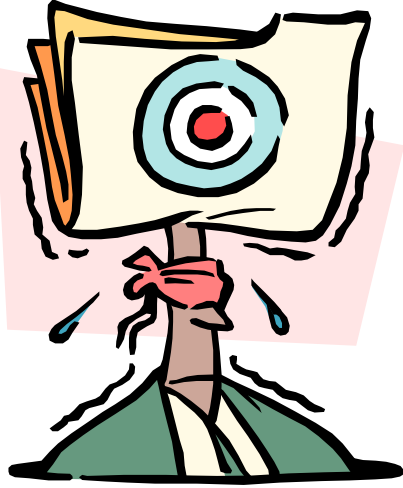
طريقة معاملته

- 1- حاول استخدام طريقة طرح الأسئلة المفتوحة عليه لتساعده على اتضاح الرؤية لديه بحيث تتضح له حاجته الفعلية .
- 2- اعرض عليه خدمة محددة ترى أنها مناسبة لحاجته وحاول استمالاته لها لإخراجه من حالة التردد .
- 3- حاول إطراء وجهة نظره التي يظهر فيها ميالا للخدمة التي عرضت عليه .
- 4- لا تحاول عرض بدائل عليه حتى لا تزيد من تردده .

العميل الثقيل

يوجد نوع من العملاء يشعر الموظف إزائه بأنه ثقيل الوطأة بكثرة أسئلته وعدم تركيزه على ما يقال له . إنه يستفسر عن أشياء كثيرة ويكرر ولا يبدو عليه استيعابه لما يقال لأن شرود الذهن إحدى سماته ، ولأن لديه الرغبة في معرفة أشياء كثيرة في وقت قصير ، فهو يطلب من الموظف أن يشرح له عن خدمة البريد الصوتي وخدمة الانتظار وخدمة تحويل المكالمات الهاتفية وغيرها من الخدمات .

سلوك العميل الثقيل



- 1- استفساراته كثيرة ومكررة .
- 2- لا يصغس لما يقال له .
- 3- ينتقل من موضوع لآخر فتاني وثالث ورابع .
- 4- يعود ويستفسر مراراً عما سبق قوله .
- 5- يبدو لديه فوضى في أفكاره .
- 6- يريد أن يحظى بأهتمام الموظف لأطول مدة ممكنة .

طريقة التعامل معه

- 1- حاول أن تتعرف على حاجته منذ الوهلة الأولى لمقابلته .
- 2- ركز حديثك معه في صلب الموضوع .
- 3- كلما تبين لك عدم تركيزه على ما تقول توقف عن الشرح واطرح عليه سؤال .
- 4- انظر في الساعة لتشعره بأهمية الوقت بلباقة .
- 5- لا تتشغل عنه حتى تنتهي من قضاء حاجته .

العميل الصامت

من الأنواع التي تقابل الموظف من العملاء نوع من العميل الصامت وهو بعكس كثير الكلام . إنه لا يتحدث كثيراً بل يغلب عليه التحفظ والصمت . فهو يسمع ما يقال دون أن يبدي تعليقاً أو إشارة تدل على ما في نفسه . إنه نوع من العملاء يصفه علماء النفس بالـ Intervert أو المنسحب إلى الداخل أي غير المنفتح على الآخرين وغير الاجتماعي .

سلوك العميل الصامت



- 1- لا يتكلم كثيراً بل يغلب عليه الصمت .
- 2- لا يظهر عليه أنه اجتماعي محب للناس .
- 3- طابعه الهدوء والوقار .
- 4- يجلس بعيداً عن الآخرين ويبدو منصتاً لما يقولون
- 5- لا يعني إصغاءه استيعابه لما يقال .
- 6- يندر أن يصدر عنه قولاً أو تصرفاً يعبر عما في نا

طريقة معاملته :

- 1- حاول إخراجه من صمته بطريقة طرح الأسئلة المفتوحة عليه للتعرف على حاجته .
- 2- حاول أن لا تطيل في شرحك للخدمة لكي لا تبتدأ أمامه ثرثاراً .
- 3- خذ موافقته على الخدمة التي تعرض عليه .
- 4- اطرح عليه أسئلة بغرض التأكد من استيعابه لما أخذت موافقته عليه .
- 5- لو وجدت أنه لم يستوعب ما قلته ، اعرض عليه ما يشبه القرار الجاهز للتوقيع عليه .

العميل المدعي المعرفة



يتباهى بعض العملاء بثقافته ورصيده من المعرفة . ويظهر ذلك في سلوكه وحركاته وسكناته . لكن كثيراً ممن يدعون المعرفة لديهم اعتقاد ضمنى بأز وإدراكاً . ويتعين على موظف الشركة حين يقابل هذا النوع من العملاء ألا أو تصرفاته تفقده توازنه ورباطة جأشه . إنه ينبغي أن يتعامل مع هذا العميل إلى كسب ثقته وتغيير الاعتقاد الخاطئ لديه دون أن يلجأ إلى الدفاع عن نفسه يقدمها أو الشركة التي ينتمي إليها . كما ينبغي ألا يصبح الموظف استعراضياً فيحاول إظهار معارفه متباهياً بأنها تفوق ما لدى العميل .

سلوك العميل المدعي المعرفة

- 1- يبدو فخوراً بنفسه .
- 2- يظهر من خلال ما يقول أنه يعتقد ضمناً أنه أكثر فهماً من الموظف .
- 3- يستخدم كثيراً عبارات مثل " أنا أرى كذا " " أنا وجهة نظري كذا " " صحيح هو كذا "
- 4- يبدو لديه معلومات مختلفة عن خدمات الشركات الأخرى ولكنها غير دقيقة .
- 5- يظهر عليه العناد والتشبث بالرأي .

طريقة معاملته :

- 1- حاول منذ اللحظة الأولى لمقابلته أن تطرح عليه أسئلة تتعرف من خلالها على قناعاته.
- 2- حاول أن تعرب له عن استحسانك للنقاط الإيجابية فيما يقول .
- 3- حاول الدخول إلى صلب الموضوع من خلال تلك النقاط .
- 4- احرص أن يجرك هذا العميل دون أن تشعر إلى المجادلة .
- 5- لا تعارض آراء العميل حتى لو تبين لك أنها خاطئة تماماً .
- 6- احرص على ألا يستدرجك لأحاديث متشعبة يقصد إظهار معارفه وسعة إطلاعه . بل حاول إعادة الحديث إلى صلب الموضوع بلباقة .

العميل المتكبر

يرى علماء السلوك أن المظاهر السلوكية المختلفة التي نراها أمامنا ما هي إلا نتاج لأفكار بداخل الإنسان . والإنسان المتكبر هو ضحية لفهم خاطئ عن النفس (False Self - Perception) ولا يمكن اعتبار الشخص المتكبر إنساناً سويّاً من الناحية العقلية والنفسية لوجود تضخم في الـ " أنا " لديه ، Inflated ego وحين يدرك من يتعامل مع الإنسان المتكبر معهم لهذه الحقيقة فإنهم بدلاً من الإعراض عنه وكيل اللوم له يصبح محل شفقتهم وعطفهم . وعندما يقابل الموظف عميلاً من هذا النوع فإن الموظف الذي يجيد طرق التعامل مع الآخرين وتتوفر لديه مهارات في العلاقات الإنسانية يكون قادراً على التغلغل إلى أعماق هذا الإنسان والتأثير عليه بدلاً من أن يثير سلوك العميل الموظف ويجعله دفاعياً Defensive في تعامله معه .

سلوك العميل المتكبر



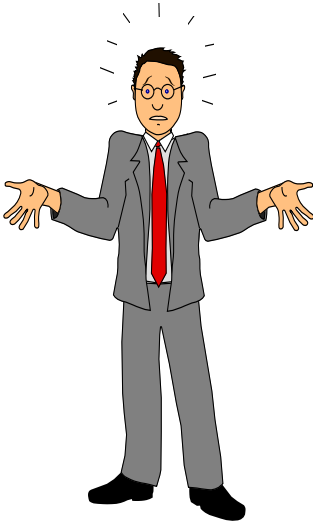
- 1- يميل في مشيته إلى رفع قانته قليلاً .
- 2- ينظر إلى الآخرين نظرات تدل على التعالي .
- 3- يعتقد أن الناس يجب أن يعاملوه معاملة خاصة .
- 4- يضيف على نفسه هالة من خلال ملبسه وتصرفاته .
- 5- يتوقع امتثال الآخرين لرغبته .
- 6- تعبر كلماته عن عجرفة وترفع .
- 7- يميل إلى نقد الآخرين والإعراض عنهم .

طريقة معاملته

- 1- يجب إشعاره بأنك تعطيه اهتماماً خاصاً .
- 2- لا تثيرك تصرفاته بحيث تصبح دفاعياً .
- 3- اجعله يشعر أن طلبه يحظى بأهتمام خاص من قبلك .
- 4- زد له في الاحترام .
- 5- حاول ان تكسب وده .

العميل الخجول

يصاب بعض البشر في سن الطفولة والمراهقة بداء الخجل . فيصبحوا انعزاليين لا يكثرون من الاختلاط بالآخرين . ويبدو الشخص الخجول مرتبكاً في حديثه وتصرفاته تحمر وجنتاه وتتغير ملامح وجهه كلما شعر هذا العميل ولو شعوراً وهمياً بأن الناس ينتقدونه أو ينتقصون من قيمه . والشعور بالخجل في حده الطبيعي صفة عند جميع الناس غير انها عند البعض منهم تتجاوز المعدلات الطبيعية فتصبح مشكلة نفسية تحكم في سلوكهم وتصرفاتهم . ويعاني الإنسان الخجول معانا حادة إذ أن الخجل يحرمه من الاستمتاع بأحاديث الناس ومعاشرة الأصدقاء ويجعله متروياً منطوياً يعاني من الوحدة . وحينما يقابل موظف الشركة عميلاً خجولاً فإن تعامله معه ينبغي أن يكون ذا طابع خاص .



سلوك العميل الخجول

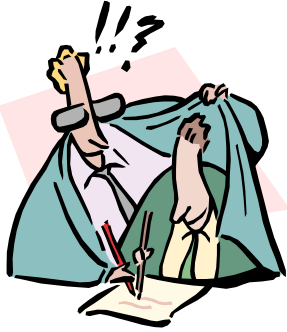
- 1- يبدو عليه الارتباك والتردد .
- 2- يميل إلى الصمت ويتعلم حينما يتكلم .
- 3- يبدو مرهف الحساسية .
- 4- يعتذر حتى لو لم يرتكب خطأ . يريد إنجاز مهمته بسرعة ليند مقابله مع الموظف بسرعة .

طريقة معاملته

- 1- حاول أن تتجاهل ارتبائه وتردده .
- 2- عامله على أنه إنسان طبيعي .
- 3- حاول أن تكسر الحاجز النفسي بينك وبينه .
- 4- حاول إعطائه اهتمام يكسبك محبته .

العميل المغلق

لا تتوفر سمة الانفتاح في الفكر لجميع البشر لأنها نتاج مرحلة متقدمة من الوعي . فيعض الناس يبدو مغلقاً لا يتقبل وجهات نظر الآخرين . وبعضهم يكون ضحية التعصب الأعمى لمبادئ وافكار تسيطر عليه وتحرمه من النمو العقلي والذهني . ويؤثر المستوى العلمي والثقافي في تحديد درجة الانفتاح الفكري لدى المرء . ويغلب على الأشخاص المسنين الذين لم ينالوا حظاً وافراً من التعليم الانغلاق الفكري . فهم لا يتقبلون ما يستجد في الحياة من أشياء وافكار . وحينما يعتاد شخص منهم على امر من الأمور فإنه يتشبث به حتى لو لم يعد مناسباً لروح العصر . ومن العملاء من يمكن وصفه بأنه مغلق يحتاج التعامل معه لمعرفة وبصيرة .



سلوك العميل المغلق

- 1- يرفض الخدمات التي ليس لديه معرفة بها .
- 2- من الصعب إقناعه بأفكار جديدة .
- 3- إذا ما اعتاد على خدمة معينة فمن الصعب إقناعه بتغييرها .
- 4- يميل إلى التعامل مع شخص محدد دون سواه .

طريقة معاملته

- 1- تعرف منذ اللحظة الاولى لمقابلته على احتياجاته ..اطلب منه تحديد الخدمة التي يريد .
- 2- اطلب منه تحديد الخدمة التي يريد .
- 3- إذا كان من الضروري إقناعه ببديل لها فأظهر له مميزات الخدمة وركز عليها في الحديث معه .
- 4- اعقد له مقارنة بين الخدمة القديمة والخدمة الجديدة .
- 5- لا تخالف قناعته أبداً .
- 6- اظهر له تفهمك لوجهات نظره حتى لو كنت سرا تختلف معه كلية .

العميل المتذمر

كما يوجد لدى المرء عادات سلوكية فإنه يوجد لديه عادات ذهنية أيضاً . ومن الناس من اعتاد النظر إلى الجوانب السلبية في الأشياء . فهو لا يرى إلا ما يثير قلقه وانزعاجه ويؤدي إلى شعوره بالأحباط . إنهم الأشخاص الذين تغلف السوداوية نظرتهم للحياة فلا الرؤية الواعية . والإنسان السوداوي النظرة والزاج يدفعه شعوره المتغلب إلى التعبير عن تزمرة وسخطه لكل من يقابله . والعميل المتذمر ينبغي أن لا يثير لدى الموظف شعوراً بالغضب ضده فينبغي له يجادله .

سلوك العميل المتذمر

- 1- يوجه الانتقادات لمن يتعامل معهم ولا ترضيه الخدمات التي تقدم له .
- 2- يكثر من الشكاوي والعبارات التي تعبر عن سخطه .
- 3- يميل على الأنفعال في كلماته وسلوكه .
- 4- لا يرى في الخدمة الا سلبياتها ولا يبدي اهتماماً بإيجابياتها .



طريقة معاملته

- 1- احتفظ باتزانك أمامه وتحكم في انفعالاتك .
- 2- لا تثيرك الكلمات التي يقول مهما كانت جارحة وتظاهر بعدم سماعها .
- 3- حاول ان تزيد له الكيل في الاحترام وإظهار الرغبة في خدمته .
- 4- اعمل على تنمية علاقة شخصية معه تمكنك من كسب وده ورضاءه .
- 5- احذر من الوقوع في أخطأ تعطيه مبرات لمزيد من النقد والتذمر .
- 6- صحح من خلال كلماتك وسلوكك وأدائك أي انطباعات سابقة لديه .

تمرين : أنماط العملاء

الأهداف التعليمية :

يهدف هذا التمرين إلى التركيز على أنماط العملاء الذين يقابلهم موظف تقديم الخدمة في المنظمة .

في نهاية هذا التمرين يفترض أن يكون المشاركون قد أتم بالآتي :

- 1- الأنماط المختلفة للعملاء .
 - 2- التعامل مع الآخرين حسب اختلاف شخصياتهم .
 - 3- الإلمام بالطرق السليمة للتعامل مع العملاء .
- وذلك من خلال حل التمارين الجماعية الخاصة بأنماط العملاء .



تمرين رقم (1) : العميل الثرثار

الأهداف التعليمية

- 1- إدراك النوعيات المختلفة للعملاء التي قد يواجهها الموظف .
 - 2- اكتساب المهارة في التعامل مع أنماط مختلفة من الناس .
 - 3- التعرف على الطرق السليمة للتعامل مع كل مراجع .
- مرح جداً ، كثير الكلام ، يميل بشدة إلى الدعابة والفكاهة ،
يمكن أن يصرفك عن العمل ، إن لم تكن حذراً ويمكن أن يضيع
وقتك دون الاستفادة

التعليمات :

- 1- اقرأ الوصف الخاص بهذا النوع من العملاء .
- 2- ناقش مع مجموعتك الأسلوب المناسب للتعامل مع هذه الفئة من العملاء .
- 3- ضع الإجابات في ورق فليب شارت (FLIPCHART) .
- 4- تحدد المجموعة أحد أعضاؤها لتقديم التوصيات أمام المشاركين .

تمرين رقم (2) : العميل المتردد



الأهداف التعليمية

- 1- إدراك النوعيات المختلفة للعملاء التي قد يواجهها الموظف .
- 2- اكتساب المهارة في التعامل مع أنماط مختلفة من الناس .
- التعرف على الطرق السليمة للتعامل مع كل مراجع .
- يكره أن يتخذ قراراته بنفسه ، ويثور بسرعة ، غير متأكد ، يتردد في حديثه وسلوكه ، ولا يستقر على رأي .

التعليمات :

- 1- اقرأ الوصف الخاص بهذا النوع من العملاء .
- 2- ناقش مع مجموعتك الأسلوب المناسب للتعامل مع هذه الفئة من العملاء .
- 3- ضع الإجابات في ورق فليب شارت (FLIPCHART) .
- 4- تحدد المجموعة أحد أعضائها لتقديم التوصيات أمام المشاركين .

تمرين رقم (3) : العميل الثقيل

الأهداف التعليمية

- 1- إدراك النوعيات المختلفة للعملاء التي قد يواجهها الموظف .
- 2- اكتساب المهارة في التعامل مع أنماط مختلفة من الناس .
- 3- التعرف على الطرق السليمة للتعامل مع كل مراجع .
يفكر في موضوعات أخرى أثناء حديثك ، ثم يستفسر عما قلت ،
يطلب منك وقتاً حتى يصل إلى قرار . استفساراته كثيرة ومكررة . يعتقد
بأن الوقت الذي تعطيه له يجنبه الخسارة المحتملة ، أو سوء الاختيار

التعليمات :

- 1- اقرأ الوصف الخاص بهذا النوع من العملاء .
- 2- ناقش مع مجموعتك الأسلوب المناسب للتعامل مع هذه الفئة من العملاء .
- 3- ضع الإجابات في ورق فليب شارت (FLIPCHART) .
- 4- تحدد المجموعة أحد أعضاؤها لتقديم التوصيات أمام المشاركين .

تمرين رقم (4) : العميل المتذمر دائم الشكوى

الأهداف التعليمية

- 1- إدراك النوعيات المختلفة للعملاء التي قد يواجهها موظف المنظمة البنكية.
- 2- اكتساب المهارة في التعامل مع أنماط مختلفة من الناس .
- 3- التعرف على الطرق السليمة للتعامل مع كل مراجع .



يهاجمك حالماً يراك أمامه ، ويهاجم مؤسستك وما تقدمه من خدمات أو منتجات ، يمكن أن يكون هذا الهجوم لاعتقاده الخاطئ ، أو ربما قابلته بعض الصعوبات في معاملته السابقة مع منظمتك . وربما يكون هجومه موجهاً لكل المنظمات التي تؤدي نفس الخدمات

التعليمات :

- 1- اقرأ الوصف الخاص بهذا النوع من العملاء .
- 2- ناقش مع مجموعتك الأسلوب المناسب للتعامل مع هذه الفئة من العملاء .
- 3- ضع الإجابات في ورق فليب شارت (FLIPCHART) .
- 4- تحدد المجموعة أحد أعضاؤها لتقديم التوصيات أمام المشاركين .

تمرين رقم (5) : العميل ذو العقلية المغلقة

الأهداف التعليمية

- 1- إدراك النوعيات المختلفة للعملاء التي قد يواجهها موظف المنظمة البنكية .
- 2- اكتساب المهارة في التعامل مع أنماط مختلفة من الناس .
- 3- التعرف على الطرق السليمة للتعامل مع كل مراجع .



يتشبث بأفكاره بشدة . ويفتتح برأي واحد لا يغيره ، ولا يري سبباً للتغيير . .

التعليمات :

- 1- اقرأ الوصف الخاص بهذا النوع من العملاء .
- 2- ناقش مع مجموعتك الأسلوب المناسب للتعامل مع هذه الفئة من العملاء .
- 3- ضع الإجابات في ورق فليب شارت (FLIPCHART) .
- 4- تحدد المجموعة أحد أعضاؤها لتقديم التوصيات أمام المشاركين .

الوحدة

تمثيل الأدوار

الاتصال

تمثيل الأدوار

الهدف :

- (1) إتاحة الفرصة للمشاركين للتعلم عن طريق تطبيق بعض مهارات الاتصال المباشر .
- (2) التركيز على مهارة مقابلة العملاء وتقديم الخدمات لهم على اختلاف فئاتهم .
- (3) إتاحة الفرصة للمشاركين لمناقشة بعض العوامل الهامة والمؤثرة في الاتصال بالعملاء عن طريق تقييمهم لأنفسهم وبعضهم البعض .

الزمن : عشر دقائق لكل مشهد

الوسائل التعليمية المستخدمة :

- (1) تمثيل الأدوار فيما بين المشاركين .
- (2) استخدام كاميرا الفيديو لتصوير المشاهد .
- (3) التقييم والمناقشة الجماعية .

تمثيل الأدوار

خطة العمل :

- (1) توزيع المشاركين إلى مجموعات (ثلاث مجموعات) كل مجموعة تتألف من الآتي :
 - موظف .
 - عميل
 - مشرف
 - زملاء عمل
- (2) توزيع الأدوار على أعضاء كل مجموعة .
- (3) توضيح المطلوب من كل مجموعة .
- (4) بدء تمثيل الأدوار والتصوير باستخدام كاميرا الفيديو .
- (5) عرض المشاهد .
- (6) التعليق على كل مشهد على حدة مع التركيز على مهارات الاتصال المباشر .
 - أ- الموظف يعلق على أداءه .
 - ب- العميل يعلق على أداءه .
 - ج- المشرف .
 - د- الزملاء .
 - هـ- المشاركين .
 - و- المدرب .
- (7) تعليق عام واختصار للعناصر المهمة في هذا الموضوع .

تمثيل الأدوار رقم (1)

الدور : موظف بيع منتجات متوافقة مع الشريعة
الحالة : مقابلة عميل جديد على البنك .
المطلوب :

- (1) الإجابة على استفسارات العميل .
- (2) توضيح أي غموض لدى العميل بالنسبة لأنواع المنتجات التي توفرها المنظمة
البنكية
- (3) محاولة تلبية طلبات العميل .
- (4) كسب العميل .

تمثيل الأدوار رقم (2)

الدور : القائم بشخصية عميل متردد .
الحالة : العميل جديد ولا يعرف أي شئ عن الخدمات ويريد خدمة .

المطلوب :

- (1) الإكثار من الأسئلة حول أنواع الخدمات .
- (2) الموافقة على برنامج معين ثم تغيير الرأي والاستفسار عن خدمة أخرى .
- (3) إظهار عدم الثقة بما يقوله موظف البيع ، الإكثار من الأسئلة .
- (4) كن متردداً في اتخاذك للقرار .
- (5) لا تثبت على رأي واحد .
- (6) الاستفسار عن المنظمات المنافسة .
- (7) سؤال : ما الفرق بين هذه المنظمة والمنظمات الأخرى ؟
- (8) عند إنهاء الحديث غادر المكان وأشعر موظف المنظمة أنك سوف تعود قريباً

تمثيل الأدوار رقم (3)

الدور : موظف أستقبال .

الحالة : الاستعداد لمقابلة أي نوع من العملاء .

المطلوب :

- (1) محاولة تقديم الخدمة المطلوبة من قبل العميل .
- (2) فهم ما يريده العميل بالضبط .
- (3) إرضاء العميل وكسبه .
- (4) التعامل مع الموقف حسب ما يخدم مصلحة المنظمة.

تمثيل الأدوار رقم (4)

الدور : عميل من عملاء المنظمة متذمر ويشتكى .
الحالة : التذمر من خدمات المنظمة بسبب عدم رضاه عن خدمات المنظمة في السابق ، سبق وأن حصل سوء فهم بينه وبين أحد الفروع الأخرى وأخذ موقف من المنظمة بصفة عامة

المطلوب :

- (1) مهاجمة موظف الاستقبال ومهاجمة المنظمة .
- (2) التقليل من العمل الذي يؤديه المنظمة ا .
- (3) استخدام عبارات .
 - أ- أنا غلطان لأنني عميل هنا .
 - ب- السوق فيه بنوك تقدم خدمات أفضل .
 - ج- لماذا أواجه مشاكل من هذه المنظمة .
 - د- لماذا طابور الانتظار طويل .
 - هـ- لماذا لا تهتمون بالعملاء .
- (4) قدم طلبك الذي جئت من أجله . وهو تحويل الى فرنسا .
- (5) غادر المكان بعد إنهاء عملية التحويل.

