

الجزء الرابع: التواصل مع العملاء عاطفياً

الفصل الثالث عشر: قوة التواصل الحقيقي

لماذا الاتصال مهم

في عالمنا الرقمي المتزايد، حيث تسود المعاملات، بات التواصل الإنساني الحقيقي نادراً وثنميناً. عندما تقدمه في تفاعلاتك الخدمية، فإنك:

- تميز بشكل ملحوظ عن الخدمات الآلية/غير الشخصية • ابتكر تجارب لا تُنسى • ابن ولاء العملاء • اجعل عمك أكثر قيمة بالنسبة لك • ساهم في عالم أكثر لطفاً

مكونات الاتصال الحقيقي

1. الحضور

الحضور يعني أن تكون "متواجداً" تماماً مع العميل، غير مشتت الذهن أو غائباً عن الوعي.

كيف يبدو الحضور:

- التركيز الكامل على الشخص الذي أمامك • عدم التفكير في العميل السابق أو المهمة التالية
- عدم الانشغال بالأمر الشخصية • الإنصات بصدق، وليس مجرد انتظار الرد

كيفية تنمية الحضور:

- خذ نفساً عميقاً قبل كل تفاعل • حدد نيتك: "أنا هنا من أجل هذا الشخص الآن" • انتبه عندما يتشتت ذهنك، وأعدده بلطف • مارس تقنيات اليقظة الذهنية

2. الأصالة

الأصالة تعني أن تكون على طبيعتك الحقيقية، لا أن تؤدي دوراً.

كيف تبدو الأصالة:

• ابتسامات حقيقية، وليست مصطنعة • لغة طبيعية، وليست مكتوبة مسبقاً (مع الحفاظ على الاحترافية) • الاعتراف بعدم معرفة شيء ما • إظهار المشاعر المناسبة (مثل التعاطف مع شخص يمر بظروف صعبة)

كيف تكون أصيلاً:

• اكتشف ما تُقدِّره حقاً في عملك • أظهر شخصيتك الحقيقية (ضمن الحدود المهنية) • لا تتصنَّع مشاعر لا تشعر بها • كن صادقاً بطرق مناسبة

3. الفضول

الفضول يعني الاهتمام الحقيقي بالشخص، وليس مجرد إتمام الصفة.

كيف يبدو الفضول:

• طرح أسئلة متابعة • تذكر التفاصيل التي شاركوها • ملاحظة أشياء عنهم وتقديرها (ملاحظة دقيقة، وليست تدخلاً) • الاهتمام بتقديم الحل الأمثل لهم تحديداً

كيف تكون فضولياً:

• تعامل مع كل شخص وأنت تفكر "أتساءل ما هي قصته" • استمع جيداً لأي إشارات تدل على ما يهمهم • اسأل نفسك "ما الذي سيجعل هذا الأمر مثالياً لهذا الشخص؟"

4. الدفاء

الدفاء هو النبرة العاطفية التي تجعل الناس يشعرون بالاهتمام والرعاية.

كيف يبدو الدفاء:

• ابتسامات صادقة ونبرة صوت لطيفة • لغة جسد ترحيبية وليست منغلقة • التحدث وكأنك سعيد بالمساعدة، وليس مُلماً بها • لفتات صغيرة من اللطف والمراعاة

كيفية التعبير عن الدفاء:

• فُكِّر كيف ستعامل جدة صديقك • تذكَّر: هذا الشخص عزيز على أحدهم • ابحث عن شيء تُقدِّره حقاً في كل شخص • اجعل اللطف طبعك

خلق لحظات التواصل

1. اللمسة الشخصية

استخدم اسمهم:

• يحب الناس سماع أسمائهم مصحوبة بكلمات تقديرية • يحوّل ذلك "العميل" إلى "شخص" • يخلق تخصيصًا فوريًا

تذكروا الزبائن الدائمين:

• اسمهم، طلبهم المعتاد، التفاصيل التي شاركوها • "سعدت برؤيتك مجددًا يا أحمد، سعيدًا!"
 "الطلب المعتاد اليوم يا أحمد؟"

ملاحظة وإقرار:

• "تبدو سعيدًا اليوم، هل حدث شيء جيد؟" • "هذا قميص جميل"، "لديك سيارة جذابة" • "شكرًا لك على صبرك، أعلم أنك كنت تنتظر"

2. ابذل جهدًا إضافيًا

الإيماءات الصغيرة تُحدث أثرًا كبيرًا:

• حمل شيء ما لمساعدتهم • تقديم عينة من شيء جديد • كتابة ملاحظة لطيفة على كوبهم/إيصالهم (مثل: حظًا سعيدًا، أتمنى لك يومًا سعيدًا،

استمتع وابق سعيدًا، سررت برؤيتك مجددًا) • تذكر تفضيلاتهم • تقديم الماء لهم أثناء انتظارهم

المبدأ: افعل ما لست مضطرًا لفعله.

3. تبادل الدفء المناسب

أمثلة:

• أتمنى أن يُضفي هذا بعض البهجة على يومك • هذا أحد مفضلاتي، أعتقد أنك ستحبه
 ستستمتع بهذا! • من الجميل رؤية إبتسامتك • شكرًا لك على صبرك ولطفك

التوازن: دافئ دون أن يكون شخصياً بشكل غير لائق.

4. احتفل معهم

عندما يشارك العملاء أخباراً سارة:

• شاركهم حماسهم • اعترف بهذا الإنجاز

• جعل تجربتهم مميزة

أمثلة:

• عيد ميلاد؟ "عيد ميلاد سعيد! دعني أجعل هذا اليوم مميزًا للغاية"

• التخرج؟ "تهانينا! إنه إنجاز عظيم"

• أخبار سارة؟ "هذا رائع! أنا سعيد جدًا من أجلك"

الحساب المصرفي العاطفي

مفهوم من ستيفن كوفي: كل تفاعل هو بمثابة إيداع أو سحب في "حساب مصرفي" عاطفي مع كل عميل.

الودائع (بناء الولاء):

تحية طيبة

تذكر اسمهم

خدمة ممتازة

خدمة سريعة وفعالة

حل المشكلات برشاقة

بذل جهد إضافي

الانسحابات (علاقة الضرر):

تجاهل العميل

سلوك فظ

طلب خاطئ

انتظار طويل دون أي رد

الجدال

جعلهم يشعرون بأنهم عبء

الهدف: إيداع مبالغ تفوق بكثير عمليات السحب.

النتيجة: عملاء مخلصون يتميزون بما يلي:

• سامح على الأخطاء العرضية

• أوصي بك للآخرين

• العودة بشكل متكرر

• سأدفع عنك إذا تعرضت للانتقاد

• تقديم نصائح/مراجعات أفضل

الموازنة بين التواصل والحدود

التواصل الحقيقي يتطلب وضع حدود:

الاتصال المناسب:

محادثة ودية حول مواضيع عامة

إظهار الاهتمام برفاهيتهم

تذكر التفاصيل التي شاركوها

الشعور بالسعادة الحقيقية لرؤية الزبائن الدائمين

دفع احترافي

تجاوز الحدود بشكل غير لائق:

طرح أسئلة شخصية للغاية

مشاركة مشاكلك الخاصة

البحث عن علاقة شخصية خارج نطاق العمل

تبادل معلومات الاتصال الشخصية

استخدام معلومات العملاء بشكل غير لائق

تذكر: يمكنك أن تكون ودودًا ومهتمًا حقًا مع الحفاظ على مسافة مهنية.

التواصل في تفاعلات قصيرة

"لكن لدي 60 ثانية فقط مع كل زبون!"

التواصل لا يتطلب وقتًا، بل يتطلب نية:

٣ • ثواني: ابتسامة صادقة وتحية دافئة = تواصل ٥ • ثواني: مناداة الشخص باسمه = تواصل ١٠ • ثواني: ملاحظة شيء ما والاعتراف به = تواصل ١٥ • ثواني: لحظة قصيرة وصادقة من الدفع = تواصل

الجودة أهم من الكمية. فالتفاعل لمدة 30 ثانية مع الحضور الكامل والدفع الحقيقي يخلق اتصالاً أقوى من 10 دقائق من الخدمة المشتتة.

الفصل الرابع عشر: الاستماع الفعال كأداة عاطفية

ما هو الاستماع الفعال؟

الاستماع الفعال ليس مجرد سماع الكلمات، بل هو:

• التركيز الكامل على ما يُقال • فهم الرسالة كاملة • الرد بتأنٍ • تذكر ما قيل

السمع مقابل الإنصات:

• السمع: يدخل الصوت إلى أذنك (سليبي) • الاستماع: تفهم المعنى وتعالجه (فعال)

لماذا يُعدُّ الإنصات الفعَّال مهماً في مجال الخدمة؟

فوائد:

• يقلل الأخطاء (تفهم بشكل صحيح من المرة الأولى) • يمنع الشكاوى (يشعر العميل بأن صوته مسموع) • يبني الثقة (يشعر الناس بالتقدير عندما يتم الاستماع إليهم بصدق) • يكشف الاحتياجات الحقيقية (غالباً ما تختلف عن الاحتياجات المعلنة) • يخلق اتصالاً عاطفياً (الشعور بأن صوتك مسموع أمر مُرضٍ للغاية)

تُظهر الأبحاث أن الأشخاص الذين يشعرون بأن أصواتهم مسموعة هم:

- أكثر رضا عن الخدمة
- أكثر تسامحاً مع الأخطاء • أكثر ميلاً للعودة • أكثر ميلاً للتوصية

مكونات الاستماع الفعال

1. إيلاء كامل الانتباه

توقف عما تفعله:

- ضع الهاتف جانبا • ابتعد عن الشاشة • أوقف المهام الأخرى مؤقتاً (إن أمكن) • واجه العميل

لماذا هذا مهم: إن القيام بمهام متعددة أثناء حديث شخص ما يوصل رسالة "أنت لست مهمًا بما يكفي لأولي اهتمامي الكامل".

2. أظهر أنك تستمع

حافظ على التواصل البصري (بما يتناسب مع السياق الثقافي) وأومئ برأسك من حين لآخر
انحن قليلاً إلى الأمام، لغة جسد منفتحة، تعابير وجه تتناسب مع الموضوع
(يشعرون بالقلق عندما يشعرون بالقلق، ويشعرون بالسعادة عندما يشعرون بالسعادة)

"أفهم" "الإشارات اللفظية: "هممم" "أرى" "نعم"

لماذا هذا مهم: هذه الإشارات تشجع المتحدث على الاستمرار والشعور بأنه مسموع.

3. تقديم الملاحظات

إعادة صياغة:

- "إذن ما تقوله هو..." • "إذا فهمتُ بشكل صحيح، فأنت ترغب في..."
- "دعني أتأكد من أنني فهمتُ الأمر بشكل صحيح..."

أسئلة توضيحية:

- ماذا تقصد ب...؟ • هل يمكنك مساعدتي في فهم...؟ • للتوضيح فقط، هل تقصد...؟

باختصار:

• "إذن هذا هو ترتيب [الملخص]. هل هذا صحيح؟" • "للتأكد من أنني فهمت، أنت بحاجة إلى..."

لماذا هذا مهم؟

- يؤكد الفهم • يُظهر اهتمامك • يكتشف سوء الفهم مبكرًا • يجعل العميل يشعر بأنك تستمع إليه حقًا

4. لا تقاطع.

دعهم ينهون كلامهم:

• لا تُقدّم حلولاً قبل أن ينتهوا من الشرح • لا تُكمل جملهم

• لا تفترض أنك تعرف ما سيقولونه

توقف مؤقتاً قبل الرد:

• عدّ إلى اثنين بعد توقفهم عن الكلام • يضمن ذلك انتهاءهم فعلاً • يُظهر أنك تُفكر فيما قالوه • يمنع مقاطعتهم أثناء الكلام

الاستثناءات: لا تقم بالمقاطعة إلا في الحالات التالية:

• إنهم منزعجون للغاية ويحتاجون إلى التهدئة • إنهم يخرجون عن الموضوع بشكل كبير والآخرين ينتظرون • إنهم يقولون شيئاً غير لائق يجب إيقافه

15. الاستجابة بشكل مناسب.

أجب عما قيل فعلاً:

• أجب عن سؤالهم/حاجتهم الفعلية • لا تقدم إجابات عامة • أظهر أنك فهمت التفاصيل

كن صادقاً:

• إذا كنت لا تعرف، فقل ذلك. • إذا لم تستطع المساعدة، فاشرح السبب وقدم بدائل.

اتخذ إجراءً:

• انتقل من الاستماع إلى الحل • تابع ما سمعته

معوقات الاستماع الفعال

العقبات الشائعة:

العوائق الداخلية:

- التفكير في ردك بينما لا يزالون يتحدثون
- الحكم على ما يقولونه
- مقارنة بتجاربك الخاصة
- التصفية (سماع الأجزاء التي تهتمك فقط)
- التدريب على ما ستقوله بعد ذلك
- هموم شخصية تشتت انتباهك

العوائق الخارجية:

- الضوضاء والمشتتات
- مقاطعات من الزملاء
- ضغط الوقت
- العديد من العملاء ينتظرون

كيفية التغلب على ذلك:

- إدراك متى يحدث ذلك (الوعي هو الخطوة الأولى)
- أعد توجيه انتباهك عندما تلاحظ شروط ذهنك
- إدارة البيئة قدر الإمكان (تقليل الضوضاء، والابتعاد عن المشتتات)
- مارس اليقظة الذهنية لتقوية القدرة على التركيز
- حدد نيتك قبل كل تفاعل: "سأستمع جيداً"

الاستماع إلى المشاعر، وليس مجرد الكلمات

ما يقوله العملاء مقابل ما يقصدونه:

كلمات

رسالة عاطفية

إجابة

أشعر بالاحباط لأنني لم أتمكن من العثور على المنتج الذي أحتاجه. واعتذر عن الانتظار.

أشعر بالاحباط لأنني لم أتمكن من العثور على المنتج الذي أحتاجه. وقدم التوصيات

"هل هذا جيد؟" أنا غير متأكد وأحتاج
طمأنينة

قدم رأياً صادقاً، وشارك ما قاله الآخرون، وامنح الثقة

"حسنًا، لا يهم"

سأستسلم، أشعر بأنني غير مسموع

توقف، تراجع للخلف، وأسألهم عما يريدونه حقًا

التي أسسها (الملك فيصل بن عبدالعزيز) الملك فيصل بن عبدالعزيز...
فيه؟"

المبدأ: استمع إلى المشاعر والحاجة، وليس فقط إلى الكلمات الحرفية.

الاستماع الفعال في المواقف الصعبة

عندما يكون العميل مستاءً:

لا:

قاطع بالحلول

دافع أو اختلق الأعذار

تجاهل مشاعرهم

قل "اهدأ"

يفعل:

دهم يعبرون عن إحباطهم بالكامل. حافظ على لغة جسد هادئة. اعترف بمشاعرهم: "أتفهم سبب شعورهم بالإحباط."

لخص ما سمعته: "إذن ما حدث هو..."

ثم حل المشكلة

لماذا تنجح هذه الطريقة؟ يحتاج الناس إلى الشعور بأن أصواتهم مسموعة قبل الانتقال إلى الحلول. محاولة الحل قبل الاستماع تزيد من الإحباط.

تمرين عملي: تحدي الاستماع

خلال نوبة عمل واحدة، التزم بما يلي:

1. امنح كل عميل اهتماماً كاملاً (ضع الهاتف جانباً، وتوقف عن القيام بأي مهام أخرى، وتوجه إليه مباشرة).

2. أعد صياغة ما سمعته: "إذن أنت ترغب في..."

3. انتبه عندما يتشتت ذهنك وأعدّه بلطف.

4. عدّ إلى اثنين قبل الرد.

5. في نهاية نوبة العمل، قم بالتأمل في:

- هل كان الأمر أصعب أم أسهل مما كان متوقعاً؟
- هل كانت ردود فعل العملاء مختلفة؟
- هل ارتكبت أخطاء أقل؟
- كيف كان شعورك؟

يكتشف معظم الناس أن الاستماع الحقيقي أصعب مما كانوا يعتقدون، لكن العملاء يستجيبون بشكل إيجابي على الفور.

الفصل الخامس عشر: التعاطف في العمل

فهم التعاطف

التعاطف هو القدرة على فهم مشاعر شخص آخر ومشاركتها.

التعاطف لا يساوي الشفقة:

• التعاطف: "أشعر بالأسف تجاهك" (المراقبة من الخارج) • التقمص العاطفي: "أتفهم شعورك" (التواصل من الداخل)

طيف التعاطف:

التعاطف المعرفي: فهم ما يشعر به شخص ما فكريًا. التعاطف العاطفي: الشعور الحقيقي بما يشعرون به: التعاطف الرحيم: الفهم + الشعور + الدافع للمساعدة

في مجال الخدمة: أنت بحاجة إلى الثلاثة جميعها، مع التركيز على التعاطف الرحيم.

لماذا تُعدُّ التعاطف مهمة؟

المزايا في الخدمة:

- يمنع التصعيد: التعاطف يُهدئ العملاء الغاضبين. • يبني الثقة: يشعر الناس بالأمان مع الأشخاص المتعاطفين. • يُحسِّن الدقة: أنت تفهم الاحتياجات الحقيقية. • يُرشِّح الولاء: يتذكر العملاء شعورهم تجاهك. • يحميك: التعاطف يُساعدك على عدم أخذ الأمور بشكل شخصي.

تشير الأبحاث إلى أن التعاطف هو أقوى مؤشر منفرد لرضا العملاء في حالات استعادة الخدمة.

عقلية التعاطف

المعتقدات الأساسية:

1. يبذل كل شخص قصارى جهده بالموارد والمعرفة المتاحة لديه. 2. السلوك هو تعبير عن الاحتياجات غير الملباة أو الألم. 3. الأشخاص المجروحون يؤذون غيرهم (سلوكهم ليس له علاقة بك).
4. كل شخص يريد أن يشعر بالتقدير والفهم والاحترام. 5. هناك دائمًا سبب وراء شعور أي شخص (حتى لو لم تكن تعرفه).

إن تبني هذه العقلية يُغير التفاعلات الصعبة.

كيفية ممارسة التعاطف

1. أخذ المنظور

اسأل نفسك:

- "ما الذي قد يمر به هذا الشخص؟"
- "ما الذي قد يحدث في حياتهم؟"
- "كيف سأشعر لو كنت مكانهم؟"
- "ما الحاجة التي يحاولون تلبيةها؟"

مثال: الزبون وقح ومتطلب.

بدون تعاطف: "إنهم يتصرفون بصعوبة وبشكل غير منطقي"

بتعاطف: "ربما يمرون بيوم عصيب. ربما يعانون من ضغط نفسي بسبب أمر جلل. ربما تلقوا للتو أخباراً سيئة. ربما يشعرون بالعجز في مجالات أخرى، وهذا هو المجال الذي يمكنهم فيه ممارسة السيطرة. أو ربما تعرضوا لسوء معاملة من قبل عاملين آخرين في مجال الخدمات ويتوقعون المعاملة نفسها."

النتيجة: تستجيب بالصبر بدلاً من الدفاعية.

2. التحقق العاطفي

يعني التحقق من صحة المشاعر الاعتراف بأن مشاعر شخص ما منطقية، حتى لو لم تتفق مع أفكاره/أفعاله.

التحقق لا يعني الاتفاق:

- يمكنك تأييد المشاعر دون الموافقة على السلوك
- يمكنك أن تفهم سبب انزعاج شخص ما دون أن تعتقد أنه على حق

عبارات التحقق:

"أستطيع أن أفهم لماذا تشعر بهذه الطريقة"

"هذا يبدو محبطاً للغاية"

"سأشعر بالضيق أيضاً لو حدث ذلك لي"

"هذا منطقي بالنظر إلى ما مررت به"

"أفهم لماذا هذا الأمر مهم جداً بالنسبة لك"

عبارات إبطال (تجنبها):

"لا ينبغي أن تشعر بهذه الطريقة"

"الأمر ليس بتلك الأهمية"

"أنت تبالغ في ردة فعلك"

"هدأ"

"لا داعي للانعاج"

3. لغة الجسد المتعاطفة

كيف يبدو التعاطف:

- تعبير وجه هادئ (قلق، اهتمام) • إمالة الرأس قليلاً (إظهار الانتباه والاهتمام) • الانحناء قليلاً (تفاعل) • راحة اليدين مفتوحة (استقبال، غير دفاعي) • استرخاء الكتفين (غير مهدد) • تواصل بصري مناسب (تواصل)

ما يجب تجنبه:

- تشابك الذراعين (وضع دفاعي) • الميل للخلف (عدم الاهتمام) • تقليب العينين أو الابتسامة الساخرة • النظر بعيداً بشكل متكرر • وضعية متوترة وعدوانية

4. نبذة صوت متعاطفة

صفات:

- وتيرة أبطأ من المعتاد (تعطي إحساساً بالرعاية والاهتمام) • صوت أكثر هدوءاً (لطيف، غير مهدد) • نبذة صوت منخفضة (مهدئة) • جودة دافئة (رعاية حقيقية) • مطابقة حالتهم العاطفية بشكل مناسب (إذا كانوا منزعجين، فأنت أكثر جدية؛

(إذا كانوا سعداء، فأنت تشعر براحة أكبر)

مثال: العميل مستاء من طول فترة الانتظار.

بنبرة باردة وغير مبالية: "نعم، نحن مشغولون اليوم"

بنبرة متعاطفة: "أنا أسف حقاً لأنك اضطررت للانتظار. أستطيع أن أرى أن هذا محبط. دعني أساعدك على الفور."

التعاطف في المواقف الشائعة

السيناريو الأول: العميل محبط

ما قد يشعرون به:

• عدم الاحترام • عدم الاستماع

• مُنزعج • مُحبط • عاجز

رد متعاطف: "أتفهم تمامًا إحباطك، لو كنت مكانك، لشعرت بنفس الشعور. دعني أرى ما يمكنني فعله لحل هذه المشكلة."

لماذا تنجح هذه الطريقة؟ لأنك أكدت صحة مشاعرهم، وأظهرت أنك تتفهمها، ثم انتقلت إلى العمل.

السيناريو الثاني: العميل حزين أو منزعج

ما قد يحتاجونه:

• اللطف • عدم كونك عبئاً • لحظة من الدفء الإنساني • الحفاظ على الكرامة

استجابة متعاطفة: نبرة لطيفة، تعبير رقيق: "أنا آسف لأنك تمر بوقت عصيب." دعني أعتني بهذا الأمر نيابةً عنك. [اهتمام إضافي بطلبك/خدمتك/قهوتك] أتمنى أن تتحسن الأمور بالنسبة لك.

لماذا ينجح الأمر: لقد اعترفت بمعاناتهم دون التطفل، وقدمت لهم الرعاية، وحافظت على كرامتهم.

السيناريو الثالث: العميل مرتبك

ما قد يشعرون به:

• غبي أو غير كفؤ • مُرهق

• قلق من اتخاذ خيار خاطئ • محرج

رد متعاطف: "قد يكون هذا الأمر محيرًا بالتأكيد - لدينا الكثير من الخيارات! دعني أساعدك في معرفة ما هو الأنسب. ما الذي تبحث عنه؟"

لماذا ينجح الأمر: لقد جعلت ارتباكهم طبيعياً (المشكلة في النظام، وليست فيهم)، وقدمت لهم المساعدة دون إصدار أحكام، ومكّنتهم.

السيناريو الرابع: العميل يرتكب خطأً

ما قد يشعرون به:

• محرج

• دفاعي • قلق بشأن الحكم • غبي

رد متعاطف: "لا تقلق على الإطلاق، هذا يحدث طوال الوقت. دعني أساعدك فيما تبحث عنه بالفعل."

لماذا ينجح الأمر: لقد تخلصت من الشعور بالخجل، وجعلت الخطأ أمراً طبيعياً، ومضيت قدماً دون التفكير فيه مطولاً.

حدود التعاطف

متى يكون التعاطف مفيداً:

فهم سبب شعور شخص ما أو تصرفه على النحو الذي يفعله

الاستجابة بتعاطف

عدم أخذ السلوك بشكل شخصي

إيجاد الحلول المناسبة

عندما يصبح التعاطف مشكلة:

الإرهاق العاطفي: استيعاب آلام الجميع

انتهاك الحدود: الانخراط الشخصي بما يتجاوز الدور المهني

التغاضي عن السلوك السيئ: تبرير الإساءة لأنك تفهم السبب

إهمال الذات: بذل الكثير من الجهد حتى الإرهاق

التعاطف الصحي:

• فهم المشاعر

• الاستجابة بتعاطف

• الحفاظ على الحدود

• لا تستوعب مشاعرهم

• اعتني بنفسك

تذكر: يمكنك أن تكون متعاطفاً دون أن تكون ضعيف الشخصية. التعاطف لا يعني قبول سوء المعاملة.

تنمية قدراتك على التعاطف

ممارسات تنمي التعاطف:

1. اقرأ القصص الخيالية: فالقصص تساعدك على تجربة وجهات نظر أخرى.

2. مارس القدرة على فهم وجهات نظر الآخرين: طوال يومك، فكّر في وجهات نظر الآخرين

تجارب

3. استمع إلى قصص الناس: أنصت جيداً عندما يشارك الناس قصصهم.

4. السفر أو التعرف على ثقافات مختلفة: يوسع الفهم

5. مارس التعاطف مع الذات: لا يمكنك أن تعطي ما لا تملكه

6. تأمل في تجاربك الشخصية: تذكر الأوقات التي شعرت فيها بعدم الفهم

الممارسة اليومية:

• قبل كل نوبة عمل: "سأحاول فهم ما قد يكون عليه كل شخص أقابله

تجربة

• بعد التفاعلات الصعبة: "ما الذي كان يحدث بالنسبة لذلك الشخص؟"

• نهاية اليوم: "ماذا تعلمت اليوم عن التجربة الإنسانية؟"

الفصل السادس عشر: بناء الثقة من خلال الاتساق

لماذا يُعدّ الاتساق مهمًا؟

تُبنى الثقة من خلال تجارب إيجابية يمكن التنبؤ بها وموثوقة على مر الزمن.

التميز لمرة واحدة يترك انطباعاً جيداً، أما التميز المستمر فيخلق ولاءً.

معادلة الثقة:

الثقة = الاتساق × الوقت

تفاعل واحد رائع = ذكرى جميلة
عشرة تفاعلات رائعة = بداية الثقة
مئة تفاعل مذهل = ولاء عميق

عناصر الاتساق

1. الاتساق السلوكي

ما يعنيه ذلك: تتصرف بنفس الطريقة بغض النظر عن:

• حالتك المزاجية • مدى انشغالك • من هو العميل

• ما إذا كان هناك من يشاهد

لماذا هذا مهم: يمكن للعملاء الاعتماد عليك. إنهم يعرفون ما يمكن توقعه.

كيفية تحقيق ذلك:

• حدد معاييرك: ما هو الحد الأدنى الذي تعتمده في كل تفاعل؟ • التزم بالمعايير: حتى في حالة التعب أو الإجهاد أو الانشغال • استخدم أنظمة: قوائم مراجعة، وإجراءات تضمن الاتساق • راقب ذاتك: فحوصات دورية: "هل أحافظ على معايير؟"

مثال: يحصل العميل في الساعة الثامنة صباحاً على نفس الترحيب الحار والاهتمام والرعاية التي يحصل عليها العميل في وقت الإغلاق.

2. الاتساق العاطفي

ما يعنيه ذلك: حضورك العاطفي مستقر ومهني.

غير مطلوب:

• التظاهر بالسعادة طوال الوقت • إخفاء جميع المشاعر الشخصية

مطلوب:

63

• عدم تفريغ المشاكل الشخصية على العملاء • الحفاظ على سلوك مهني بغض النظر عن حالتك المزاجية • عدم التغيير بشكل كبير من يوم لآخر

كيفية تحقيق ذلك:

- التنظيم الذاتي العاطفي (الفصل) • (25) استراحة قصيرة بين العملاء (أخذ نفس عميق، التخلص من التوتر) • الفصل الواضح بين الحياة الشخصية والدور المهني

3. اتساق الجودة

ما يعنيه ذلك: جودة الخدمة/المنتج لا تتغير.

لماذا هذا مهم؟

- يعود العملاء لأنهم يعرفون ما يمكن توقعه • عدم الاتساق يُثير القلق (هل ستكون التجربة جيدة هذه المرة؟) • تجربة سيئة واحدة كفيلة بإفساد عشر تجارب جيدة

كيفية تحقيق ذلك:

- اتبع الإجراءات القياسية • لا تتهاون في العمل عند الانشغال • راجع عملك • إذا اضطرت إلى الخروج عن الإجراءات، فحافظ على معايير الجودة

4. اتساق القيم

ما يعنيه ذلك: أنت تجسد نفس المبادئ الأخلاقية باستمرار.

أمثلة:

- أنت صادق حتى في الأوقات غير المريحة • تعامل الجميع باحترام حتى وإن كانوا صعبين • تحافظ على الحدود حتى تحت الضغط • تتحدث عن الخطأ حتى وإن كان ذلك غير مريح

لماذا هذا مهم: النزاهة هي الكمال - أن يكون المرء هو نفسه في جميع المواقف.

الاتساق مقابل المرونة

الاتساق لا يعني الجمود.

كن متسقاً في:

• قيمك وأخلاقك • رعيتك وجهودك

• احترافيتك • معايير الجودة لديك

كن مرناً في:

- نهجك في تلبية الاحتياجات المختلفة • أسلوبك في التواصل مع مختلف الأشخاص
- حلولك للمشاكل الفريدة • أساليبك مع الحفاظ على المبادئ

مثال:

- متسق: يحصل كل عميل على خدمة محترمة ومنتبهة • مرن: تتكيف طريقة تقديمك لتلك الخدمة مع كل شخص (سريع للعميل المستعجل، وشرح صبور للعميل المرتبك، واحتفال للعميل السعيد)

التأثير المركب للقوام الصغير

تتراكم الإجراءات الصغيرة والمتواصلة لتشكل تأثيراً كبيراً:

الالتزامات اليومية الصغيرة:

- الترحيب الحار بكل عميل □ سمعة طيبة بالود • التدقيق في كل طلب بعناية □ سمعة طيبة بالدقة • الوفاء بالوعود □ سمعة طيبة بالموثوقية • معاملة الجميع باحترام □ سمعة طيبة بالنزاهة

متأخر , بعد فوات الوقت:

- يتحول العملاء المنتظمون إلى عملاء دائمين • يصبح العملاء الدائمون سفراءً
لعلامتك التجارية • تنمو سمعتك الشخصية • تزداد قيمتك المهنية

والعكس:

- عدم الاتساق يُؤلّد حالة من عدم القدرة على التنبؤ • عدم القدرة على التنبؤ • عدم القدرة على التنبؤ يُؤلّد القلق • القلق يمنع الثقة • بدون ثقة، لا وجود للولاء

بناء الاتساق: استراتيجيات عملية

1. وضع معايير شخصية

دوّن معاييرك غير القابلة للتفاوض:

- سأرحب بكل زبون خلال 3 ثوانٍ • سأتواصل بصريحاً وأبتسم بصدق • سأتحقق من كل طلب قبل تسليمه • سأعتذر بصدق عندما أرتكب أخطاءً • سأعامل كل شخص باحترام بغض النظر عن معاملته لي

2. استخدام قوائم المراجعة والإجراءات

- قائمة التحقق الافتتاحية • قائمة التحقق من تفاعل الخدمة • قائمة التحقق الختامية • قائمة التحقق من مراقبة الجودة

الهدف: التأكد من عدم تفويت أي خطوة حتى عند الشعور بالتعب أو التشتت.

3. طقوس ما قبل بدء العمل

ابتكر طقوساً قصيرة تساعدك على الوصول إلى الحالة الذهنية المناسبة:

- تنفس بعمق • راجع معاييرك • حدد نيتك للتغيير

• إعادة ضبط الذهن من الوضع الشخصي إلى الوضع المهني

4. إعادة ضبط بين العملاء

إعادة ضبط سريعة (5 ثوانٍ):

- خذ نفثاً عميقاً • تخلص من التوتر • ابتسم (تحفيز المشاعر الإيجابية) • تعامل مع العميل التالي بأسلوب جديد

الهدف: منع انتقال التوتر أو المشاعر السلبية من تفاعل إلى آخر.

5. المراقبة الذاتية

أثناء نوبة العمل:

- مراجعة دورية: "هل أحافظ على معاييري؟" • انتبه عندما تتراجع • صحّح المسار فوراً

بعد انتهاء نوبة العمل:

- تأمل: "ما مدى ثباتي اليوم؟" • تحديد الأنماط: "أميل إلى التراجع عندما [الموقف]" • التخطيط للتحسينات: "في المرة القادمة سأستخدم [الاستراتيجية]"

6. المساءلة

- اطلب من زميل موثوق به تقديم ملاحظاته • اطلب من المدير تقديم ملاحظاته

•تحقق من آراء العملاء وتقييماتهم •كن صادقاً مع نفسك بشأن الأداء

عندما تفشل في أن تكون متسقاً

ستمر عليك أيام سيئة. هذا أمر طبيعي.

عندما تلاحظ أنك لا تفي بمعاييرك:

1. أقر بذلك (لنفسك، وللعميل إن وجد)
2. إعادة الضبط (أخذ نفس عميق، إعادة التركيز)
3. اعتذر إذا لزم الأمر ("أعتذر، دعني أبدأ من جديد").
4. العودة إلى الوضع الطبيعي (العودة إلى المسار الصحيح فوراً)
5. التعلّم من ذلك (ما الذي تسبب في هذا التقصير؟ كيف يمكنك منعه؟)

التعاطف مع الذات: كن لطيفاً مع نفسك مع الحفاظ على معايير عالية. إن جلد الذات يجعل الاستمرارية أصعب، لا أسهل.

السمعة التي تبنيها

الاتساق يبني السمعة:

ما يقوله العملاء عن المحترفين ذوي الكفاءة العالية:

•"إنها ودودة للغاية دائماً" •"لا ينسى أي تفصيل" •"يمكنك الاعتماد عليها دائماً" •"هو نفسه في كل مرة -محترف ولطيف" •"أعرف تماماً ما أتوقعه، بأفضل طريقة"

تصبح هذه السمعة:

•ولاء العملاء •التقييمات الإيجابية

•توصيات شخصية •التقدم الوظيفي •الفخر المهني

الفصل 17: خلق لحظات "مذهلة"

ما هي لحظة "الروعة"؟

لحظة "الروعة" هي عندما تتجاوز التوقعات بطريقة تثير الدهشة والبهجة.

صفات:

• غير متوقع (لم يُوعَد به أو يُتَوَقَّع) • شخصي (يشعر به خصيصًا لهم) • كريم (يكلفك شيئًا ما - وقتًا، جهدًا، اهتمامًا) • لا يُنسى (سيُتذكرونه ويخبرون الآخرين عنه)

الخدمة الجيدة تلبى التوقعات، والخدمة الممتازة تتجاوزها، والخدمة التي لا تُنسى تخلق لحظات إعجاب لا تُنسى.

لماذا تُعدّ لحظات "الروعة" مهمة؟

التأثير على العملاء:

• يُولّد مشاعر إيجابية قوية • يُرَسِّخ ذكريات دائمة • يُحَفِّز على ردّ الجميل (يرغبون في ردّ اللطف)
• يُولّد تسويقًا شفهيًا • يُبني ولاءًا راسخًا

تأثير ذلك عليك:

• يجعل العمل أكثر جدوى • يخلق تفاعلات إيجابية • يحظى بالتقدير والامتنان • يعزز الشعور بالفخر بالعمل • غالبًا ما يؤدي إلى إكراميات/تقدير أفضل

تُظهر الأبحاث أن العملاء الذين يمرون بلحظات "مذهلة" لديهم:

- معدل احتفاظ أعلى بأربع مرات • إنفاق أعلى بمرتين • احتمالية توصية أعلى بثلاث مرات

أنواع لحظات "الروعة"

1. الترقية غير المتوقعة (وفقًا لإجراءات التشغيل القياسية لمقهى ريبوز)

ما هو: تقديم أكثر مما دفعوا مقابلته

أمثلة:

• إضافة شيء مميز • جودة أفضل من المتوقع • خدمة أسرع من الموعود

متى يُستخدم:

- العملاء الدائمون (مكافأة الولاء) • المناسبات الخاصة (أعياد الميلاد، الاحتفالات)
- بعد الانتظار أو حل مشكلة (التعافي) • عندما يكون لديك شيء إضافي متاح
- أعمال اللطف العشوائية (لأنك تستطيع)

هام: يجب أن يكون التحديث عرضيًا (إذا تم التحديث دائمًا، فسيصبح هو المتوقع).

2. اللمسة الشخصية

ما هو: شيء مصمم خصيصاً لهم

أمثلة:

• تذكر اسمهم وتفضيلاتهم • الاحتفاء بمناسباتهم الخاصة (عيد ميلاد، إنجاز) • تقديم توصيات شخصية بناءً على أذواقهم

• رسالة مكتوبة بخط اليد • بذل جهد إضافي لتلبية احتياجاتهم الخاصة

متى يُستخدم:

• العملاء الدائمون • عندما يشاركون شيئاً شخصياً • المناسبات الخاصة • عندما تلاحظ فرصة

3. تم حل المشكلة

ما هو: حل مشكلة لم يتوقعوا منك حلها

أمثلة:

- إصلاح الخطأ ببراعة • تلبية طلب غير معتاد • إيجاد حل إبداعي لمشكلتهم
- تجاوز ما هو "مطلوب"

متى يُستخدم:

• عندما يواجهون مشكلة أو تحديًا • عندما تمنع سياسة الشركة ذلك ولكنك تجد حلاً بديلاً • عندما يبدون مستسلمين لخيبة الأمل

4. لحظة الرعاية

ما هو: إظهار لطف أو اهتمام استثنائي

أمثلة:

• رعاية إضافية عندما يمر شخص ما بيوم عصيب
 مدونة قواعد السلوك | دليل التميز في خدمة ريبوز

• تقديم الماء أثناء انتظارهم • التحقق بعناية من القيود الغذائية • معاملة كبار السن/الأطفال بلطف خاص

متى يُستخدم:

• عندما يبدو أن شخصًا ما بحاجة إلى اللطف
• عندما تلاحظ ضعفًا ما • عندما يكون للبادرة الصغيرة معنى كبير

كيفية خلق لحظات "مذهلة"

1. فرص الإعلان

كن متيقظًا:

• هل هذه مناسبة خاصة؟ • هل يعاني أحدهم من صعوبات أو ضغوط؟ • هل هناك أمر بسيط قد يُحدث فرقًا كبيرًا؟ • هل يُظهر أحدهم صبرًا أو لطفًا استثنائيًا؟ • هل حدث خطأ ما يمكنك إصلاحه بشكل جذري؟

غالبًا ما تكون الفرصة أمامك مباشرة، كل ما عليك فعله هو الانتباه.

2. التصرف بقصد

بمجرد أن تلاحظ فرصة ما:

• قرر القيام بشيء مميز • لا تنتظر الإذن (في حدود المعقول) • قم بذلك بكل انتباه وعناية • اجعله مميزًا، وليس روتينيًا

3. اجعلها شخصية

اللفتات اللطيفة العامة ممتعة، أما اللفتات اللطيفة الشخصية فهي "رائعة".

الفرق:

• عام: "أتمنى لك يومًا سعيدًا" • شخصي: "استمتع بتخرجك -إنها لحظة فخر كبيرة"

كيفية التخصيص:

• استخدم اسمهم • أشير إلى شيء ذكره • أقر بوضعهم الخاص • أظهر أنك كنت منتبهًا

4. فاجئهم

عنصر المفاجأة يزيد من التأثير.

طرق لخلق عنصر المفاجأة:

• لا تعلن ذلك مسبقاً

• قدمها بشكل غير رسمي (مما يجعلها تبدو أكثر سخاءً) • حدد الوقت المناسب لتحقيق أقصى قدر من التأثير (أثناء مغادرتهم، مما يخلق انطباعاً دائماً)

5. كن صادقاً

لا تنجح لحظات "الروعة" إلا إذا كانت حقيقية.

إظهار حماس مصطنع لشيء كان مطلوباً منك القيام به

السعي إلى الثناء أو التقدير

إظهار كرم كبير

رغبة صادقة في تحسين يوم شخص ما

لطف هادئ دون انتظار مقابل.

متعة حقيقية في سعادتهم

أمثلة على لحظات "مذهلة"

مثال 1: العميل الدائم

الوضع: تأتي عزيزة كل صباح في طريقها إلى العمل.

خدمة جيدة: "مرحباً عزيزاً! هل هذا طلبك المعتاد اليوم؟"

خدمة "رائعة":

• لقد بدأت بالفعل في تحضير طلبها عندما دخلت • "صباح الخير يا عزيزاً! لقد بدأت في تحضير طلبك عندما رأيتك قادمًا - سيكون جاهزاً في

لحظة من فضلك. كيف كان عرضك التقديمي بالأمس؟ • لقد ذكرت العرض التقديمي قبل أيام - لقد تذكرته.

لماذا هو "رائع": الترقب + الاهتمام الشخصي + تذكر التفاصيل = الشعور بالتقدير الحقيقي

المثال الثاني: عيد الميلاد

الموقف: يذكر العميل أنه عيد ميلاده.

خدمة ممتازة: "عيد ميلاد سعيداً! استمتع بطلبك."

خدمة "رائعة":

• عيد ميلاد سعيداً! هذا العيد علينا جميعاً - ودعني أجعله مميزاً للغاية! • أضف زينة أو لمسة إضافية • اطلب من زملائك أن يهنئوهم بعيد ميلادهم

• اكتب "عيد ميلاد سعيد [الاسم]!" على الكوب/الإيصال

• ربما الغناء (إذا بدا أنهم سيستمعون بذلك)

لماذا هو "رائع": كرم غير متوقع + جعلهم يشعرون بالتقدير + تقدير المجموعة

المثال 3: حل المشكلة

الوضع: استغرق الطلب وقتاً أطول من المتوقع.

خدمة جيدة: "أسف على الانتظار. تفضل طلبك."

خدمة "رائعة":

• "أنا أسف جداً لانتظارك. هذا ليس من عادتنا على الإطلاق. هذا خطأنا، وأنا أقدم [بنداً إضافياً] كاعتذار منا). شكراً لك على صبرك."

• تم تقديمها بتواصل بصري صادق واعتذار حقيقي

لماذا هو "رائع": تجاوز التوقعات في تصحيح الخطأ + تعويض غير متوقع + اعتذار شخصي صادق

المثال الرابع: اليوم الصعب

الموقف: يبدو العميل حزينا أو متوتراً.

خدمة جيدة: تم التعامل مع الطلب بأدب.

خدمة "رائعة":

• مزيد من الدفء في التحية

• "أتمنى أن يساهم هذا في تحسين يومك قليلاً"

• مزيد من العناية في التحضير

• ربما ترقية صغيرة أو إضافية

• ملاحظة لطيفة: "أتمنى أن تتحسن الأمور"

لماذا هو "رائع": ملاحظة حالتهم العاطفية + الاستجابة بلطف إضافي + لفتة صغيرة من الاهتمام = الشعور بالاهتمام والرعاية

إرشادات للحظات "المذهلة"

يفعل:

اجعلهم يشعرون بالعفوية (حتى لو كان الأمر مخططاً له)

الترمز بالثقافة المناسبة

اجعلها متناسبة مع الموقف

وَرعها على نطاق أوسع (ليس بالضرورة على نفس الأشخاص دائماً)

افعلها للأسباب الصحيحة (اللطيف الحقيقي)

لا:

قَدَم وعوداً لا تستطيع الوفاء بها

خلق توقع بأنه سيحدث دائماً
 افعل ذلك فقط من أجل الأشخاص الذين تحبهم
 تجاوز صلاحياتك بشكل غير لائق
 إحراج العميل بالإيماءات المفرطة

لحظات صغيرة من الإعجاب

لا يشترط أن يكون الشعور بالدهشة كبيراً:

بسيط ولكنه فعال:

• تذكر اسم الشخص بعد زيارة واحدة • السؤال عن حالة طفلهم المريض (ذكروا ذلك قبل أيام) • تقديم الطلب إلى الطاولة دون طلب • تقديم عينة من شيء جديد • كتابة عبارة "شكراً لصبركم" بخط اليد • رسم اللاتيه دون طلب • الاتصال مسبقاً بفرع آخر للتأكد من توفر المنتج

تذكر: الأمر لا يتعلق بإنفاق المال، بل يتعلق بإنفاق الاهتمام والجهد والرعاية.

تأثير التموج

لحظة واحدة من "الروعة" تُحدث تموجات:

تجربة العميل "مذهلة" □ يشعر بالامتنان والسرور □ يخبر الأصدقاء والعائلة (عن طريق التوصية) □ ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي □ يعود بولاء أكبر □ أكثر صبراً على الأخطاء المستقبلية □ يصبح سفيراً لعلامتك التجارية □

إن قيامك بعمل بسيط يتجاوز التوقعات يخلق موجات من التأثير الإيجابي.

اجعل كلمة "رائع" عادة

تحذّر نفسك:

• اخلق لحظة "مذهلة" واحدة على الأقل في كل وردية عمل • انتبه للفرص • استغلها • تأمل في الأثر

سجّل لحظات "الروعة" الخاصة بك:

• ماذا فعلت؟ • كيف كان رد فعلهم؟ • ما هو شعورك حيال ذلك؟ • ماذا تعلمت؟

بمرور الوقت: يصبح خلق لحظات "مذهلة" أمراً طبيعياً - تبدأ برؤية الفرص في كل مكان.