

# اللائحة الداخلية المنظمة

## لآلية برنامج تلقى وإدارة الشكاوى والمقتراحات

شركة بروتىكشن للاستعلام وخدمات التحصيل  
(ش.م.م)

حيث أنه من المؤكد أن عملية إدارة الشكاوى تتمثل في معالجة شكاوى ومقترنات العملاء وإدارتها والاستجابة لها وإعداد التقارير بشأنها. وتحتاج هذه العملية نهجاً سليماً ومرقبة مستمرة لضمان تقديم الحلول بصورة أسرع.

هدياً على ما سبق فإن عملية إدارة الشكاوى ومقترنات العملاء تعزز العلاقة بين الإدارة والعاملين وبين الإدارة والعملاء وموردي الخدمات وكافة المتعاملين مع الشركة، حيث تهدف إدارة الشكاوى إلى تحقيق رضا المتعاملين مع الشركة وحفظ التواصل والعلاقة الطيبة فيما بينهما وبالتالي الحصول على أفضل الخدمات المتميزة.

و تدرك إدارة شركة بروتكتشن للاستعلام و خدمات التحصيل (ش.م.م) أهمية تلقي شكاوى العاملين أو العملاء سواء المتعاقدين معها او/ و المرتفقين و سماع أرائهم و تعليقاتهم المختلفة فيما يتعلق بكم وكيف الخدمات التي تقدمها الشركة وبالتالي دراسة هذه الآراء والاستفادة منها وكذا المقتراحات و حلها و تطوير المنتجات المقدمة بما يحقق الرضى و المردودية العالية.

تعتبر الشكوى نوعا مميزا من استطلاع الرأى تقوم به الإدارة و تستفيد منه في تقوم الخطأ و مراجعة القرارات والتوجهات بما يحقق الرضا المتبادل بين الإدارة و العامل و الزبون و العميل

تساعد الشكوى في رفع كفاءة الخدمة المقدمة و تطوير سرعة الخدمة و تعزيز مستوى الشفافية في المؤسسة و تزيد سرعة الاستجابة كما تطور الجوانب التنظيمية و اللوجستية داخل المؤسسة

رضا العامل أو الزبون أو العميل هو أقصى ما تريده إدارة المؤسسات في عملها لأن ذلك يؤثر بإيجابية على المنتج أو الخدمة المقدمة. يتحقق رضا العامل أو الزبون أو المتعامل من خلال اشراكه في توجيه المؤسسة نحو ما يحقق الفوائد المتبادلة .

ويمكن تطوير رضا العامل داخل المؤسسة من خلال تحسين بيئة العمل والتحفيز وتكافؤ الفرص وتلاويم العمل مع التأهيل الاداري والتخخص العلمي والتدريب الجيد والتأهيل الأكاديمي والمعرفي المتخصص والتقويم والقياس والتغذية الراجعة. ويمكن قياس مستوى رضا العامل داخل المؤسسة من خلال استطلاعات تنشر في الوسائل الاعلامية داخل المؤسسة أو على الموقع الإلكتروني أو من خلال استطلاعات الرأي.

وفي النهاية يجب أن نعلم جميعاً أن عملية تقديم الشكاوى من العملاء وكذا كافة المتعاملين مع الشركة تعد فرصة نادرة للإدارة لتصحيح الأخطاء ومعالجتها والاطلاع على الأفكار الجديدة

ومن هنا تنتهج شركتنا سياسة تشجيع العملاء على تقديم الشكاوى والمقترفات وذلك من خلال آليات محددة تتسم بالوضوح والسهولة بما يحقق القيمة المضافة لخدمات الشركة والتي تستهدف الإدارة ان تظل دائماً وأبداً تتسم بالفاعلية والكفاءة والسرعة في الإنجاز.

أولاً:

## إدارة الشكاوى والمقترفات بشكل إستباقي (وقائى)

### 1. إعداد اتفاقيات مستوى الخدمة

باستخدام اتفاقيات مستوى الخدمة (SLA)، يمكنك تحديد وقت الاستجابة والحل للتذكرة حسب المعايير، مثل الأولوية والقتاوة والوقت المستحق ونوع العميل. وتضمن العقود التزامك بخطط دعم العملاء التي وافقت عليها لفترة زمنية محددة

### 2. قياس أداء الوكلاء ومراقبته (KPI,S)

يستطيع المدراء استخراج المعلومات ذات الصلة بكل الجوانب المهمة لمكتب المساعدة المستند إلى الويب الخاص بهم. ويمكنهم تتبع الأشياء وتحليلها مثل

- عدد التذاكر لفريق الدعم
- وقت الاستجابة ومعدل الحل لكل وكيل
- متوسط مستويات سعادة العملاء

### 3. إنسانية خطوات سير العمل

من خلال عمليات سير العمل، بإمكانك تحديد الشروط التي تؤدي تلقائياً إلى تفعيل القواعد والمهام والتنبيهات لضمان استمرار العمل بسلامة. كما يمكن للمدراء أيضاً تحديد القواعد التي تؤدي إلى تصعيد الشكاوى التي جاوزت

موعدها المستحق تلقائياً والحصول على تنبيهات فورية وكذلك إعادة تعيين التذكرة لوكيل مختلف.

**4. قياس مستوى الخدمات مع العملاء (voc)**  
**5. الجولات والزيارات الميدانية**

**ثانياً :**  
**إدارة الشكاوى والمقترحات الفعلية (رد فعل)**

**1. المنهجية وفقاً للسلسل الإجرائي.**

- فريق عمل إدارة الشكاوى
- تقديم الشكاوى
- تلقي الشكاوى
- معالجة الشكاوى
- إدارة الشكاوى
- إبلاغ المشتكى بحل شكاوه.
- التشجيع والتحث على العمل الجيد.
- تجميع الأفكار والحصول على نتائج جيدة
- إعداد التقارير وإرسالها إلى الإدارة العليا
- قياس جودة نظام إدارة الشكاوى.

**2. قنوات وطرق تلقي الشكاوى والمقترحات.**

- توفير رقم هاتف للتواصل مع الإدارة: 01287137904 على مدار 24 بالليوم.

**تخصيص بريد الكترونى لتلقي الشكاوى:**

[complaints@protection-qdc.com](mailto:complaints@protection-qdc.com)

○ يتم إحضار كل رسائل البريد الإلكتروني الواردة من العملاء إلى واجهة ملائمة في برنامج معالجة الشكاوى لديك، حيث يمكنك الرد عليها بسهولة. هذه هي الطريقة المثلثة للتعامل مع رسائل البريد الإلكتروني لخدمة العملاء، ولا سيما عندما تستخدم عدة عناوين بريد إلكتروني.

- وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك – قنات على اليوتيوب)
- الاتصال الهاتفي التلقائي الدوري.

### 3. قواعد معالجة الشكاوى المقدمة فيمكن أن تلخصها بما يلى:

○ الاصغاء.

○ التحقق من وجود المشكلة.

○ تقديم حل مقبول.

○ الالتزام بالحل.

○ المتابعة.

○ تنفيذ اجراءات تصعيدية عند الضرورة.

○ الاصغاء عامل مهم عند معالجة الشكاوى لأن عدم الاتكراط بالمشكلة هو أكثر ما يثير غضب العامل أو الزبون أو العميل. يتحقق الاصغاء باتباع القواعد التالية:

○ اصغ إلى ما يقال.

○ لا تقطيع.

○ دون الملاحظات.

○ أظهر التعاطف.

○ المحافظة على الهدوء.

○ الاتزان عند مقاربة الحل أو مناقشه.

○ وفي حال كان الاصغاء بالوسائل الإلكترونية يمكن ابلاغ المشتكى بأن شكواه قيد الدراسة من الإداره .

○ ويمكن تشجيع تقديم الشكوى الإلكترونية عبر الوسائل المتاحة . الشكوى الإلكترونية تتيح للشخص الوقت الكافي والحرية التامة في كتابة شكواه وهي أكثر سرعة في الوصول وأكثر حيادية ويمكن الرد الشخصي والتأكد من حل المشكلة والقيام بالتحذية الراجعة .

على الإداره أن تبحث عن حلول سريعة و منطقية للمشكلات المعروضة وعليها أن تعالجها قبل الدخول في تسويات التسويات خلاصه المساومات بين الأطراف وهي ليست حلا للمشكله القائمه وإنما حل مؤقت لمشكله محدده بعينها . على الإداره أن تستقصي أسباب الشكوى و تعالجها من جذورها حتى لا تكرر وعليها اتخاذ الإجراءات المناسبة لمنع تكرارها .

**الإداره الجيدة هي** التي تأخذ كل شكوى بمفردها على محمل الجد وتحيلها للمختصين للمعالجه وايجاد الحلول أو النطوير أو الأخذ بالمقترحات

#### **4. شكل توضيحي لمراحل وخطوات معالجة الشكاوى المقدمة :**

