

اللائحة الداخلية المنظمة

لألية برنامج تلقى وإدارة الشكاوى والمقترحات

شركة بروتيكشن للإستعلام وخدمات التحصيل
(ش.م.م)

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

هدياً على ما سبق فإن عملية إدارة الشكاوى ومقترحات 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.

وتدرك إدارة شركة بروتيكشن للإستعلام وخدمات التحصيل (ش.م.م) أهمية تلقى شكاوى العاملين أو العملاء سواء المتعاقدين معها او/ و المرتقبين وسماع آرائهم وتعليقاتهم المختلفة فيما يتعلق بكم وكيف الخدمات التي تقدمها الشركة وبالتالي دراسة هذه الآراء والاستفادة منها وكذا المقترحات وحلها وتطوير المنتجات المقدمة بما يحقق الرضى والمردودية العالية.

تعتبر الشكاوى نوعا مميزا من استطلاع الرأي تقوم به الإدارة وتستفيد منه في تقوم الخطأ ومراجعة القرارات والتوجهات بما يحقق الرضا المتبادل بين الإدارة والعامل والزبون والعميل

تساعد الشكاوى في رفع كفاءة الخدمة المقدمة وتطوير سرعة الخدمة وتعزيز مستوى الشفافية في المؤسسة وتزيد سرعة الاستجابة كما تطور الجوانب التنظيمية والوجستية 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 وتلاؤم العمل مع التأهيل الإداري والتخصص العلمي والتدريب الجيد والتأهيل الأكاديمي والمعرفي المتخصص والتقويم والقياس والتغذية الراجعة. ويمكن قياس مستوى رضا العامل داخل المؤسسة من خلال استطلاعات تنشر في الوسائل الإعلامية 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 والمقترحات وذلك من خلال آليات محددة تتسم بالوضوح والسهولة بما يحقق القيمة المضافة لخدمات الشركة والتي تستهدف الإدارة أن تظل دائماً وأبداً تتسم بالفاعلية والكفاءة والسرعة في الإنجاز.

أولاً:

إدارة الشكاوى والمقترحات بشكل إستباقي (وقائي)

1. إعداد اتفاقيات مستوى الخدمة

باستخدام اتفاقيات مستوى الخدمة (SLA)، يمكنك تحديد وقت الاستجابة والحل للتذكرة حسب المعايير، مثل الأولوية والقناة 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 تتبّع الأشياء وتحليلها مثل

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

3. إنسيابية خطوات سير العمل

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

موعدھا المستحق تلقائياً والحصول على تنبيهات فورية وكذلك إعادة تعيين التذكرة لو كیل مختلف.

4. قياس مستوى الخدمات مع العملاء (VOC)

5. الجولات والزيارات الميدانية

ثانياً :

إدارة الشكاوى والمقترحات الفعلية (رد فعل)

1. المنهجية وفقاً للتسلسل الإجرائي.

- فريق عمل إدارة الشكاوى
- تقديم الشكاوى
- تلقي الشكاوى
- معالجة الشكاوى
- إدارة الشكاوى
- ابلاغ المشتكي بحل شكواه.
- التشجيع والحث 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 باليوم.

تخصيص بريد الكتروني لتلقي الشكاوى:

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 المثلى للتعامل مع رسائل البريد الإلكتروني لخدمة العملاء، ولا سيما عندما تستخدم عدة عناوين بريد إلكتروني.

- وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك – قناة على اليوتيوب)
- الاتصال الهاتفي التلقائي الدوري.

3. قواعد معالجة الشكاوى المقدمة فيمكن أن نلخصها بما يلي:

- الاصغاء.
- التحقق من وجود المشكلة.
- تقديم حل مقبول.
- الالتزام بالحل.
- المتابعة.
- تنفيذ إجراءات تصعيدية عند الضرورة.

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

- اصغ إلى ما يقال.
- لا تقاطع.
- دَوِّن الملاحظات .
- أظهر التعاطف.
- المحافظة على الهدوء .
- الاتزان عند مقاربة الحل أو مناقشته .

- وفي حال كان الاصغاء بالوسائل الإلكترونية يمكن ابلاغ المشتكي بأن شكواه قيد الدراسة من الإدارة .
 - 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 بالتغذية الراجعة .

على الإدارة أن تبحث عن حلول سريعة ومنطقية للمشكلات المعروضة وعليها أن تعالجها قبل الدخول في تسويات. التسويات خلاصة المساومات بين الأطراف وهي ليست حلاً للمشكلة القائمة وإنما حل مؤقت لمشكلة محددة بعينها. على الإدارة أن تستقصي أسباب الشكوى وتعالجها من جذورها حتى لا تتكرر وعليها اتخاذ الإجراءات المناسبة لمنع تكرارها .

الإدارة الجيدة هي التي تأخذ كل شكوى بمفردها على محمل الجد وتحيلها للمختصين للمعالجة وإيجاد الحلول أو التطوير أو الأخذ بالمقترحات

4. شكل توضيحي لمراحل وخطوات معالجة الشكاوى المقدمة :

