

تقرير: تحليل تجربة تفاوضية رقمية في خدمة العملاء

تجربة مهنية عبر واتساب الشركة في مركز تجميل

إعداد الطالبة نوف هشام الزبد

الرقم الأكاديمي 232001869

إشراف الدكتور: عقبة الصباغ

المقدمة

إن منصات الدردشة وسيلة مهمة للتواصل مع العملاء ومعالجة المشكلات قبل أن تتصاعد. وتوضح المحاضرة التاسعة أن الانتقال إلى البيئة الرقمية أعاد تشكيل طبيعة التفاعل بين الأطراف وأن هذه البيئة تحتاج إلى وضوح الرسائل ودقة التعبير وتنظيم المعلومات. كما تؤكد أهمية إدارة الوقت والاستجابة عند التعامل مع رسائل العملاء والشكاوى.

التجربة التفاوضية:

حدث الموقف في نهاية شهر رمضان أثناء عملي مديرًا لمكتب صاحب مركز تجميل. وكانت هذه الفترة من أكثر الفترات ازدحامًا حيث كانت المواعيد ممتلئة تقريبًا. تواصلت إحدى العميليات عبر واتساب الشركة لأنها لم تستلم رسالة تأكيد لموعد خدمة البديكير الذي كانت تعتقد أنها حجزته مع أختها.

راجع فريق المواعيد النظام وتبين أن موعد أختها موجود ومؤكد، بينما لم يكن هناك موعد مسجل باسم العميلة. تم إبلاغها بذلك عبر الواتساب لكنها غضبت وأصررت على أنها قامت بالحجز وأنها تريد إجراء الخدمة في الوقت نفسه مع أختها. وبسبب حدة رسائلها واحتمال حضورها إلى المركز في الوقت الذي تعتقد أنه موعدها وتصعيد المشكلة داخل المركز تم تحويل المحادثة إليّ بصفتي المسؤول الإداري.

موضوع التفاوض والقضية الأساسية:

كان موضوع التفاوض هو طلب العميلة الحصول على خدمة البديكير في نفس موعد أختها رغم عدم وجود حجز لها في النظام في وقت كان فيه جدول المركز ممتلئًا. وكانت خدمة البديكير تحتاج إلى ساعة تقريبًا لذلك لم يكن من السهل إضافتها مباشرة.

لم يكن هدفي الدخول في جدال لإثبات من المخطئ بل التأكد من المعلومات ثم البحث عن حل يمنع تصاعد الشكاوى ويحافظ على سير العمل. وهذا يتفق مع ما توضحه المحاضرة عن أهمية التعامل مع الشكاوى بسرعة واحترافية وأن الاستجابة الفعالة تساعد على تقليل حدة النزاع ومنع تصاعده.

أهداف ومصالح الأطراف:

كان هدف العميلة واضحًا وهو الحصول على خدمة البديكير في ذلك اليوم وفي وقت قريب من موعد أختها. وكانت تعرف أن مراكز التجميل تكون ممتلئة في نهاية رمضان، لذلك كان من الصعب أن تجد مكانًا آخر يقدم لها الخدمة في الوقت نفسه.

أما هدفي فكان تهدئة العميلة، وإيجاد حل لمشكلتها ومنع انتقال الخلاف من واتساب الشركة إلى بلبله داخل المركز وعدم التأثير على مواعيد العملاء الآخرين والمحافظة على صورة المركز ورضا العميلة.

الاستراتيجية التفاوضية المستخدمة:

الاستراتيجية الأساسية المستخدمة في هذا الموقف هي استراتيجية التكامل (Collaboratio) والسبب أنني لم أتعامل مع الموقف على أساس فوز طرف وخسارة الطرف الآخر، ولم أرفض طلب العميلة مباشرة، بل بحثت عن حل يحقق مصلحتها بالحصول على الخدمة، وفي الوقت نفسه يحافظ على مصلحة المركز وعدم تأخير العملاء الآخرين.

وكان هناك أيضًا جانب بسيط من التوفيق (Compromise) لأن الحل احتاج مرونة من الطرفين، العميلة انتظرت إلى أن تم تأكيد إمكانية استقبالها، والمركز أعاد تنظيم بعض المواعيد وضغط العمل الداخلي حتى يتمكن من تقديم الخدمة لها. لكن التصنيف الأساسي للموقف هو التكامل لأن الهدف النهائي كان الوصول إلى حل يحقق المصالح الأساسية للطرفين.

إدارة التواصل عبر واتساب:

عندما استلمت المحادثة، راجعت الحجز وتأكدت من عدم وجود موعد للعميلة في النظام. بعد ذلك أوضحت لها الوضع برسالة واضحة، لكنني لم أغلق باب الحل، بل أخبرتها أننا سنحاول ترتيب الخدمة لها مع أختها. أبلغناها أننا سنتواصل معها خلال الساعة القادمة وأنها سنحاول الوصول إلى حل يرضيها. ثم بدأ التنسيق مع فريق المواعيد وبعض العملاء المتوقع حضورهم وإعادة تنظيم الجدول وتمكننا من العودة إليها خلال نحو نصف ساعة فقط وإبلاغها بإمكانية استقبالها.

مهارات التفاوض المستخدمة:

استخدمت في الموقف عدة مهارات تفاوضية:

أولاً: مهارة الاتصال من خلال كتابة رسائل واضحة ومباشرة للعميلة وعدم إعطائها معلومات غير مؤكدة .

ثانياً: إدارة الانفعالات فلم أتعامل مع رسائلها الغاضبة برد فعل مشابه بل ركزت على المشكلة والحل .

ثالثاً: الإقناع حيث أوضحت أن الموعد غير موجود في النظام لكننا سنبحث عن إمكانية استقبالها بدل الاكتفاء بالرفض.

رابعاً: المرونة إذ استخدمت الصلاحية المتاحة لي لإعادة تنظيم العمل داخليًا والوصول إلى حل .

أسلوب التواصل:

لأن التفاوض جرى عبر واتساب الشركة لم تكن لغة الجسد أو نبرة الصوت متاحة كما في التفاوض المباشر . لذلك أصبح اختيار الكلمات وطريقة صياغة الرسالة مهمين في نقل الهدوء والاهتمام بالمشكلة.

نتيجة التفاوض:

بعد نحو نصف ساعة من إبلاغ العميلة بأن الموضوع قيد المتابعة تواصلنا معها وأكدنا لها إمكانية استقبالها وإجراء الخدمة مع أختها تقريبًا .كانت راضية عن الحل ولم يستمر الاعتراض أو التصعيد عبر الواتساب.

حضرت العميلة لاحقًا إلى المركز وأجرت الخدمة بشكل طبيعي دون حدوث مشكلة أو تصعيد إضافي .كما لم يتأخر العملاء الآخرون فعليًا، لكن الحل أدى إلى زيادة الضغط الداخلي على فريق العمل وإعادة تنظيم بعض المواعيد وتقليل وقت استراحة الإفطار لبعض موظفات القسم.

التقييم الشخصي والبدائل:

أعتبر نتيجة التفاوض ناجحة لأن المشكلة تم احتواؤها رقميًا قبل وصول العميلة إلى المركز وتم تقديم حل لها دون تأخير فعلي على بقية العملاء .كما أن إعطاء العميلة وقتًا محددًا للمتابعة ثم العودة إليها قبل انتهاء هذا الوقت ساعد على بناء الثقة في أن المشكلة تتم معالجتها.

ومن وجهة نظري لم يكن هناك حل عملي أفضل في تلك الظروف .كان رفض العميلة سيؤدي غالبًا إلى استمرار التصعيد، بينما كان جدول المركز ممتلئًا ولم يكن إعطاؤها موعدًا آخر يحقق هدفها في إجراء الخدمة مع أختها .ولو تكرر الموقف فسأحافظ على نفس أسلوب المتابعة والبحث عن الحل مع وضع حدود أوضح في حال أصبح أسلوب العميل في الرسائل مبالغًا فيه.

الخاتمة:

أظهرت هذه التجربة أن التفاوض الرقمي في خدمة العملاء لا يقتصر على الرد على الرسائل بل يحتاج إلى إدارة للمشكلة والمعلومات والوقت .وقد ساعد التواصل الواضح، وتحديد مدة للمتابعة، والرد خلال الوقت المحدد، والمرونة في ترتيب المواعيد على منع تصاعد المشكلة والوصول إلى حل مرضٍ.