

تقرير معالجة شكاوى واستفسارات ومقترحات المستفيدين لجمعية التنمية الأهلية بطلععة التمياط



التمهيد :

تهدف جميع المؤسسات الأهلية إلى تحقيق أفضل المخرجات وتقديم خدمات ومنتجات ترضي جميع عمالئها، ويقع على عاتق العلاقات العامة والاتصال التعامل مع العملاء بسبب شكاوى عديدة - قد تكون معلنة أو غير معلنة - تتعلق بالمنتج .

وتحرص الجمعية على تطوير الخدمات المقدمة للمتعاملين سواء أفراد أو مؤسسات لرفع نسبة الرضا العام عن الخدمات والبرامج المقدمة من قبل الجمعية .
وبناءً عليه تم اعداد هذا التقرير وذلك للعمل على رفع مستوى رضا العملاء وتنظيم آلية التعامل مع الشكاوى والاستفسارات ، وفي ظل تعدد واختلاف طبيعة احتياجات العملاء ، فإنه يقع على عاتقنا ضرورة التعامل مع الشكاوى والاستفسارات وفقاً لأفضل المعايير العالمية .

يقدم هذا التقرير تجربة فريدة تحقق بإذن الله أعلى مستويات الرضا لدى المتعاملين مع الجمعية من خلال آلية أداء تتمتع بالكفاءة والمرونة وتفهم متطلباتهم بالإضافة إلى تحديد قنوات واجراءات الشكاوى والاستفسارات والاستفادة من النتائج ، بالإضافة إلى مراقبة أداء وكفاءة آلية التعامل مع الشكاوى والاستفسارات سيسوية هذا التقرير القواعد والإجراءات والمؤشرات التي تمكّنهم من الالتزام بالمعايير المحددة من قبل الوزارة .

وهنا يجب الاستماع إلى شكاوى العملاء - بغض النظر عن ماهيتها وكيفية التعبير عنها- من أجل تطوير وتحسين الخدمة وتحقيق أفضل النتائج ، لذا من المهم أن تتعلم الجمعية كيفية التعامل باحترافية وایجابية مع شكاوى العملاء، وتسعى لتحويل هذه شكاوى إلى صفقات رابحة.

أولاً : نصائح للتعامل مع شكاوى العملاء :

ويتضمن الجدول التالي بعض النصائح التي قدمتها "فوريس" للتعامل مع شكاوى العملاء، والتي يمكنها مساعدة المؤسسات الأهلية في تقديم خدمات أفضل وتحسين توقعات عملائهم المستقبلية.

(١٥) استراتيجية للتعامل مع شكاوى العملاء بطريقة إيجابية :

الاستراتيجية	م	ال الشر
الصدق	١	التعامل بصدق مع العميل هو أقصر وأسرع طريق لكسب ثقته في الخدمة المقدمة، إذ إن توضيح نقاط الخدمة بصدق من شأنه إقناع العميل بالحلول المقدمة له.
فرصة	٢	ينبغي أن ينظر مسؤول علاقات المستفيدين إلى الشكاوى كفرصة بدلاً من اعتبارها مشكلة تواجهه، عن طريق استغلالها في تسويق مشاريع الجمعية أو الخدمة بشكل مختلف، حيث تعد معالجة شكاوى العملاء بشكل استباقي جزءاً من تقنيات التسويق وعندما يتم ذلك بشكل صحيح، تكتسب الجمعية المزيد من العملاء الذين يتوقعون للمشاركة ومعرفة المزيد عن منتجاتها.
الاستماع إلى رغبات واحتياجات العملاء	٣	يحتاج العملاء من يستمع لما يقولونه بانفتاح واهتمام سواء كان يتضمن احتجاجات أو شكاوى أو رأياً إيجابياً أو أي نوع آخر من التعليقات، إذ إنه لا يرغب أي عميل في الشعور بأنه جزء من اهتمام الجمعية بل يحتاج إلى الشعور بأهميته وأن آراءه مسموعة من الجمعية .
مساعدة العملاء على اتخاذ قرارات ذكية	٤	يتعامل معظم محترفي علاقات المستفيدين مع شكاوى العملاء بإجابات جاهزة مسبقاً، في حين أن السبب الرئيسي وراء معظم شكاوى هو عدم وضوح رؤيتهم أو الخدمة المقدمة. ويمكن حل هذه المشكلة عن طريق تقديم كل معلومة ممكنة بشكل استباقي لمساعدة العميل على اتخاذ قرار قوي وموضوعي وقابل للقياس، وحينها سيكون موظف الجمعية مستشاراً موثوقاً به بالنسبة للعملاء.

<p>يجب إدراك أن ليس جميع العملاء مناسبين للحصول على الخدمة ، وعندها ينبغي على مسؤول علاقات المستفيدين تفضيل مصلحة العميل ونصحهم بالذهاب إلى أولئك الذين يمكنهم تلبية احتياجاتهم وحل مشاكلهم بشكل أفضل. ورغم أن هذه الاستراتيجية تبدو غريبة بعض الشيء، لكنها تضمن مساعدة العملاء بالشكل الذي يجعلهم يعودون إلى الجمعية عند حاجتهم لها في المستقبل، وربما حتى قيامهم بترشيحها إلى الآخرين.</p>	<p>فضيل مصلحة العميل على الجهة</p>	<p>٥</p>
<p>تتمثل إحدى طرق التعامل مع شكاوى العملاء ليس فقط في معالجة المخاوف الفورية ولكن أيضاً في طرح الأسئلة لمتابعة الحديث وفهم احتياجاتهم بشكل أفضل.</p> <p>ويمكن تنفيذ ذلك عن طريق إبقاء الحوار مستمراً بطريقة طبيعية مع الحصول على رؤى أعمق من العميل حول الخدمة، مما يفتح الباب لتقديم خدمة أفضل للعملاء وأيضاً لمعالجة استباقية مشكلات مماثلة مع العملاء المحتملين.</p>	<p>طرح الأسئلة</p>	<p>٦</p>
<p>يُنصح بإعادة صياغة شكاوى العملاء وتعليقاتهم أثناء الحديث بالشكل الذي يُظهر ويؤكد فهم المسؤول لهم، حيث إن الهدف الرئيسي هنا هو فهم شكاوى العملاء وحلها وليس فقط الرد عليها والتعامل معها.</p>	<p>إظهار التفاهem</p>	<p>٧</p>
<p>تعتبر شكاوى العملاء جزءاً حيوياً من عملية مراقبة الجودة، وإذا اعترض أحد العملاء على جزء في خدمة أو منتج ما داخل الجمعية، فيجب أن يكون ذلك بمثابة تنبيه لإلقاء نظرة فاحصة عليه والانفتاح لإجراء التعديلات والتطويرات الالزمة عند الحاجة لذلك.</p>	<p>استخدام الشكوى كأداة لمراقبة الجودة</p>	<p>٨</p>
<p>من المهم تقديم خيارات وعروض لتصحيح الموقف بعد سماع الشكوى لجعل العملاء يشعرون بالسيطرة ولتشجيعهم على الاستمرار في استخدام الخدمة مستقبلاً. وهنا لا ينبغي النظر إلى إجراءات التصحيح كتكاليف غير ضرورية، إذ إن شكاوى العملاء هي طريقة رائعة لتحسين المنتجات والخدمات المستقبلية.</p>	<p>تقديم عروض لتصحيح الموقف</p>	<p>٩</p>

يُنصح بالاستماع والإنصات إلى العملاء إلى أقصى حد قبل طرح المزيد من الأسئلة، والتأكد من فهمهم ورؤيه المشكلة من وجهة نظرهم الشخصية، حيث إنه عادة يكون هناك نقطة لم يفهموها بشأن الخدمة وهي التي تخلق هذه الشكوك والاعتراضات، ويمكن اكتشاف ذلك عن طريق التفكير من وجهة نظرهم.	التفكير في المشكلة من وجهة نظر العملاء	١٠
أحياناً ينسى العملاء هدفهم الرئيسي ، وهنا قد يكون من المفید التعامل مع شکوی العملاء من خلال إعادتهم إلى أهدافهم والسؤال عما إذا كانت شکواهم تتماشى مع أهدافهم أو تأخذها بعيداً عنها.	تذكير العملاء بالأهداف	١١
من المهم استقبال جميع أسئلة العميل بصدر رحب، والإجابة عليها بشكل مقنع، حيث إن الأسئلة دائمًا تفتح الأبواب للتعلم والمشاركة بين الطرفين وتعتبر أداة لزيادة الثقة والتقدير المتبادل، ويمكن استغلالها في بناء علاقة أقوى وأكثر وضوحاً بين الجمعية والعميل في المستقبل.	استقبال الأسئلة بصدر رحب	١٢
يجب النظر إلى شكاوى العملاء على أنها فرصة لتمييز الجمعية كشريك موثوق به، ويمكن القيام بذلك عن طريق التتحقق من صحة المخاوف التي أعرب عنها العميل، وطرح أسئلة لتوضيح وفهم أفضل من أين أتوا، والاستماع بفاعلية، ومن ثم تقديم حل محتمل أو طريق بديل يساعد في تخفيف هذه الشكوى.	التحقق من صحة مخاوف العميل	١٣
بمجرد إدراك الجمعية لجذور المشكلة التي تسبب الشكوى للعميل، يجب حينها القيام بتقديم حل فعال و المناسب، وذلك عن طريق طرح أكبر عدد ممكن من الأسئلة لفهم شکواهم واحتياجاتهم المستقبلية ومدهم بما يناسبها من حلول.	تقديم حل مناسب	١٤
تسمح الشكاوى لتعاون الجمعية مع العميل لحل المشكلة معاً، مما يؤدي غالباً إلى نتائج أفضل وولاًء أعلى للعملاء، وحينها يمكن النظر إلى الشكاوى بإيجابية لأنها تتيح مساحة لتحديد المشكلات المحتملة ومعالجتها، وتنمي حواراً صادقاً وقيماً حول احتياجات العميل وكيف يمكن لخدمات الجمعية ومنتجاتها رضا العملاء في المستقبل بشكل أفضل.	التعاون مع العملاء	١٥

ثانياً : مؤشرات الأداء :

نظراً لأهمية متابعة شكاوى وملحوظات العملاء وضمان جودتها ، فإنه يجب أن تتوافر مؤشرات أداء فعالة على النحو التالي :

١. مؤشرات الأداء الرئيسية :

يجب تحديد مؤشرات رئيسية معتمدة من قبل الوزارة بناءً على يمكن قياس أداء الإدارة في التعامل مع شكاوى العملاء .

الوصف	القياس	م
الرد على الحالات التي تم إنشاؤها في النظام من أول تواصل	الحل من أول اتصال	١
قبول أو رفض الحالات .	قبول الحالات	٢
الرد على حالات الشكاوى ضمن الإطار الزمني للحل حسب نوع الشكوى .	الالتزام بالتوقيت الزمني للرد على الحالات	٣
توفير الرد الدقيق والكامل من أول تعيين .	الدقة والجودة	٤

٢. قياس رضا المتعاملين :

يهدف نظام الشكاوى والملحوظات في المستوى الأول إلى رضا العميل وتحسين جودة الخدمات ، حيث تعد الشكاوى المقدمة من العملاء من أهم مصادر التغذية الراجعة التي تعكس رضاهם عن الخدمات المقدمة وآلية التعامل مع الشكاوى وحلها ، والهدف من قياس رضا العملاء تحسين آلية التعامل مع الشكاوى وإغلاق الحالات ومن ناحية أخرى ضمان التحسين المستمر لعملية إدارة الشكاوى ، ولذلك يجب على الجمعية قياس رضا العميل بشكل دوري سواء من حيث الجودة أو وضوح آليات النظام الداخلي للتعامل مع الشكاوى والملحوظات .

ثالثاً : التقارير :

يجب على الجمعية إعداد التقارير الخاصة بمتابعة الشكاوى والملحوظات والتي تستند عليها لوضع الحلول والمقترنات التحسينية ، والتي تتمكن الجمعية من خلالها من معرفة فرص التحسين وتحديد الخدمات والإجراءات التي تتركز عليها شكاوى وملحوظات المتعاملين :

١. تقارير ربع سنوية : إعداد تقرير دوري كل أربعة أشهر أو حسب ما تراه الجمعية مناسباً لطبيعة عملها ، يتضمن عدد الشكاوى والوقت الزمني للحل وتصنيفات الشكاوى والمعلومات التي تساعدها الجمعية في اتخاذ القرارات المناسبة في تحسين الخدمات .

٢. تقارير سنوية : إعداد تقرير سنوي يتضمن تحليلًا رقميًّا شاملًا بعد الشكاوى وتصنيفاتها وفقاً لنوعها وعدد الحالات قيد المتابعة ودرجات المتابعة والردود التي تلقتها لجنة الشكاوى ومدى درجة استجابة الأقسام والجهات المختصة مع وضع التوصيات والمقررات ليكون مرجعاً لاتخاذ القرار المناسب من الشخص المسؤول .

٣. التقارير الخاصة : يقوم فريق العمل بإعداد تقارير خاصة في حال تكرار شكوى معينة أو ظهور حالات خاصة ، وتكرار بعض الشكاوى على موظف في خدمة معينة أو شخص معين حتى يتم اتخاذ الإدارية لاتخاذ ما تراه مناسباً .

رابعاً : الاستفسارات :

٤/١ الهدف :

١. توحيد آلية استقبال والتعامل مع الاستفسارات .
٢. تعزيز التواصل مع العميل .
٣. بناء الثقة والشفافية بين العميل والجمعية .
٤. توفير التغذية الراجعة من قبل العميل من خلال التعامل معهم .
٥. رفع درجة رضا العميل من خلال تحسين الخدمات التي تقدمها الجمعية .

٤/٢: قنوات استلام الاستفسارات :

قنوات استلام الاستفسارات هي وسائل التواصل بين الجمعية والعملاء ، توفير أكبر عدد من قنوات الاتصال يعكس اهتمام الجهة في العمل على تسهيل استقبال الشكاوى على المتعامل واهتمامها بتطوير خدماته والرد عليه في أسرع وقت ، واعطاء جميع الاستفسارات نفس الاهتمام دون التأثير بطر تقديمها ، عليه يجب تفعيل قنوات استقبال استفسارات العملاء وذلك لتحقيق رضاهم والعمل على تحسين الخدمات المقدمة كما هو موضح :

١. الخصوصي للجمعية .
٢. الاتصال بالجمعية (مقدم الشكوى) .
٣. التواصل عبر الموقع الإلكتروني .

٤. البريد الالكتروني .

٥. وسائل التواصل الاجتماعي .

١/٣: مسؤولية الجمعية في الرد على الاستفسارات :

١. تفعيل قنوات استلام الاستفسارات لتمكين المتعاملين من سهولة تقديمها .

٢. توعية المتعاملين .

٣. تدريب الموظفين على تلقي الاستفسارات وأآلية الرد عليها .

٤. وضع آلية استقبال الاستفسارات ووضع مؤشرات الأداء .

٥. التواصل مع مقدم الاستفسار للتأكد من المعلومات والشفافية في التعامل .

٦. دراسة الاستفسارات المتكررة للتوعية بها والحد منها مستقبلاً .

٧. متابعة الإدارة لآلية الاستفسارات لضمان عملها بكفاءة وإدخال تحسينات في المستقبل .

١/٤: آلية التعامل مع الاستفسارات :

في حالة عدم الإجابة على الاستفسار من أول مكالمة هاتفية أو تطلب مزيد من المعلومات أو الوقت يتم اتباع التالي :

١. يتم استلام الاستفسارات عن طريق قنوات الاستلام المحددة .

٢. تسجيل الاستفسار في نظام الاتصالات الموحد بالجمعية .

٣. ضمان وصول ضمان وصول رسالة نصية لقد الاستفسار بالرقم المرجعي والشكر على تقديم الاستفسار .

٤. تحويل الاستفسار للقسم المختص .

٥. في حال تكرار الاستفسار عن خدمة مستمرة بشكل مستمر يجب وضع الحلول التي تساهم في إنهاء الاستفسار في المستقبل .

٦. إرسال رسالة الإجابة للمتعامل والتواصل لمعرفة مدى الرضا .

٧. قياس الرضا وإغلاق الطلب .

٨. إعداد التقارير .

١/٤/١ : مؤشرات الأداء :

مؤشرات الأداء الرئيسية :

يتم تحديد مؤشرات أداء رئيسية معتمدة من الجمعية بناء عليها يمكن قياس أداء متابعة الشكاوى .

الوصف	القياس	م
الرد عليها من أول اتصال .	الاستفسارات التي يتم الرد عليها	١
الرد عليها وفقاً للجدول الزمني المحدد على سبيل المثال خلال ٢٤ ساعة .	الاستفسارات المستلمة	٢
نسبة رضا المعاملين في الرد على الاستفسارات .	رضا المعاملين	٣
توفير الرد بالمعلومات التي تلبي احتياجات المعامل .	دقة المعلومات	٤

خامساً : تقرير الجمعية في التعامل مع شكاوى واستفسارات المتعاملين للنصف الأول من العام المالي ٢٠٢٣ م :

١. التمهيد :

تحرص الجمعية على توفير الحماية والمعاملة العادلة للمستفيدين ، حيث تعمل إدارة المعرفة كحلاقة وصل بين مزودي الخدمات داخل الجمعية والعملاء ، بحيث تضمن حصول جميع العملاء على الخدمات التي تقدمها الجمعية في إطار متكمال من العدالة والشفافية ، ولضمان حقوق العملاء في التظلم وتقديم الشكاوى وتعمل إدارة المعرفة في الجمعية على إصدار وتحديث تعليمات تعنى بحماية حقوق العميل وضمان حصوله على الخدمة .

يقدم هذا التقرير تحليلًا حول الشكاوى والملحوظات والاستفسارات التي قدمها المستفيدين وطالبي الخدمة خلال النصف الأول من العام المالي ٢٠٢٣ م ، حيث يتتألف التقرير من ثلاثة فصول ، ففي الفصل الأول يتحدث عن الاستراتيجيات التي تعمل عليها الجمعية في التعامل مع شكاوى واستفسارات المتعاملين مع خدمات الجمعية والفصل الثاني يتطرق إلى مؤشرات الأداء وأليات التعامل مع شكاوى واستفسارات المستفيدين والفصل الثالث يتناول تقرير شكاوى العملاء واستفساراتهم التي تم استقبالها ومعالجتها من إدارة المعرفة حيث بلغ عدد الشكاوى المرقمة (٣٢٣) طلباً تختلف طبيعة الاحتياج نسبة إلى اهتمام كل فئة .

تأتي أهمية هذا التقرير للوقوف على أوجه التقصير في التعامل مع طلبات المستفيدين وتقديم الخدمة لهم وذلك من خلال تحليل شكاوى العملاء وتحيد الممارسات الخاطئة والمجحفة بحقهم - إن وجدت - . كما يسلط التقرير الضوء على الشكاوى التي يكون العملاء غير محقين في شكاواهم نتيجة لضعف الثقافة أو عدم معرفتهم بالشروط التي تعتمد عليها الجمعية في تقديم الخدمة وحقوق المستفيد والجمعية . علماً بأن إدارة المعرفة صممت برامج للتوعية والتثقيف المالي بالتعاون مع لجنة البرامج المجتمعية وذلك لزيادة مستوى الثقافة المالية لدى العملاء .

٢. ملخص تنفيذي :

بلغ عدد الإجمالي لطلبات العملاء الواردة إلى الجمعية (٣٢٣) طلباً منها (٨٥) طلباً لطلب مستفيدين جدد تحت الدراسة و(١٤٢) طلب لدعم في مشاريع إغاثية تدعمها الجمعية وكذلك (٦٠) شكوى واستفسار عن أسباب أغلاق ملف مستفيد ، وكذلك (٣٦) طلب مستفيدين في برنامج الصيانة والترميم .

من خلال تحليل الشكاوى والطلبات التي تمت معالجتها من قبل إدارة المعرفة واللجنة المشكلة تبين أن ما نسبته (٣٦٪) من الشكاوى بسبب عدم تقديم المستفيد للبيانات المحدثة لوضعه العائلي والمدخلات السنوية والأملاك ، كذلك ما نسبته (٢٥٪) من الاستفسارات بسبب عدم تحديث الحساب البنكي وعدم ابلاغ الجمعية بايقاف الخدمات لحسابه /ها البنكي ، بالإضافة إلى أن (٢٨٪) من الشكاوى والاستفسارات بسبب رغبة المستفيدين زيادة قيمة الدعم المقدم بسبب ارتفاع الأسعار

كذلك ما نسبته (١٠٪) بسبب تسديد فاتورة كهرباء لمستفيدين مسجلين في الجمعية أو لراجعين غير متطابقين مع شروط الدعم في الجمعية ، كذلك ما نسبته (٥٪) من طالبي دعم الزواج وغرف النوم و(٦٪) من طالبي الصيانة والترميم .

٣. شكاوى واستفسارات العملاء حسب طبيعة الشكاوى :

يتناول هذا الجزء تحليل شكاوى العملاء حسب طبيعة الشكاوى والاستفسارات ، وتتوفر الجمعية كافة السبل والوسائل الممكنة التي تتيح للعملاء إمكانية تقديم الشكاوى والاستفسارات بكل يسر وسهولة ، ومن خلال تحليل شكاوى العملاء التي تم استقبالها من قبل علاقات المستفيدين والجهاز الموحد للاتصالات للنصف الأول من العام المالي ٢٠٢٣م (٣٢٣) طلباً وشكوى ،حسب الجدول التالي ، ويلاحظ أن الاتصال الهاتفي يعتبر أكثر وسيلة لتلقى أغلب الشكاوى وبهذا الخصوص نود الإشارة أن الإدارة التنفيذية وقيادات البحث والإسكان تستقبل مكالمات وشكاوى المستفيدين وتسجيلها واتخاذ الإجراءات اللازمة بخصوصها .

النسبة المئوية	وسائل تقديم الشكاوى	عدد الشكاوى والاستفسارات	الشكاوى حسب احتياج العميل	م
٪٣٠,٧	الاتصال الهاتفي بالجمعية	٨٥	فتح ملف جديد	١
٪١٥,٨٥	الحضور الشخصي	١٠٠	مساعدة زواج وسداد فاتورة كهرباء	٢
٪٧,١٩	الموقع الإلكتروني للجمعية	٤٢	مساعدة عاجلة تفريغ الكرب	٣
٪٢٧,٢٣	الجهات الحكومية	٦٠	أسباب اغلاق ملف مستفيد	٤
٪١٥,٧٥	وسائل التواصل الاجتماعي	٣٦	صيانة وترميم	٥
٪٣,٢٨	أخرى	٠	أخرى	٦
٪١٠٠	المجموع	٣٢٣		

٤. تحليل الشكاوى الواردة للجمعية :

يتناول هذا الجزء تحليل شكاوى واستفسارات العملاء الواردة للجمعية مباشرة خلال عام ٢٠٢٣م ، حيث تقوم إدارة المعرفة في الجمعية بدراسة ومتابعة الشكاوى الواردة من العملاء وتزويد مجلس إدارة الجمعية بتقارير نصف سنوية حولها .

أظهرت التقارير أن العدد الإجمالي لشكاوى واستفسارات العملاء ارتفعت بواقع (٣٢٣) شكوى واستفسار وطلب أي ما نسبته (٩.٥٨٪) خلال عام ٢٠٢٣م ، بالمقارنة مع (٢١٧) شكوى واستفسار خلال نفس الفترة من العام ٢٠٢٢م .

استحوذت الشكاوى المتعلقة بطلب تسديد فاتورة الكهرباء بنسبة (٢٥٪) من إجمالي الطلبات وطلبات إعانة الزواج وغرف النوم بنسبة (٩.٦٥٪) وطلبات رفع فئة المستفيد بنسبة (١٤٪) وفتح ملفات جديدة بنسبة (١٣.٦٩٪) ، والجدول التالي يبين الشكاوى الواردة للجمعية وتوزيعها خلال النصف الأول من العام المالي ٢٠٢٣م .

م	موضوع الشكوى والاستفسار	عدد الشكاوى والنسبة	طبيعة الشكوى
١	الخدمات الالكترونية	١٨	طبيعة استخدام الخدمات الالكترونية .
٢	شروط التعامل	٨	شروط الحصول على الخدمة .
٣	بيئة العمل	٣	التأخير في الحصول على الخدمة ، وعدم تجاوب الموظف في تقديم الخدمة ، ومكان العمل .
٤	سلوك التعامل المهني	٣	رفض تقديم الخدمة ، وسلوكيات الموظفين وصعوبة الاتصال معهم .
٥	الشكاوى الأخرى	٥	الشكاوى الأخرى المتعلقة بالاستعلام عن التحويلات البنكية .
٦	تسويق المنتجات والخدمات	٧	الإعلان ، وضوح آلية الحصول على الخدمة ، النشر الإعلامي .
	المجموع	٤٤	%100