

إن اتقان التعامل مع شكاوى العملاء بسرعة
وعلى نحو جميل ولائق أداة قوية من أدوات
العلاقات العامة في أية شركة.

- L. sue Baigh, Maridell Fryar, David Thomas

عليك بكتابة رسالة ترضية رداً على رسالة شكوى يرسلها أحد الزبائن
(تسمى أيضاً رسالة ادعاء). فالشغرات في العمل، مثل الفواتير غير
الصحيحة، والسلع المعيبة، والتأخر في الدفع - ليست بالندرة التي نتمنى أن
تكون عليها. وكثيراً ما تكون الترضية روتينية. كالقول «إن الاحتفاظ بزبون
قديم لا يقل أهمية عن اكتساب زبون جديد» (ان. اتش. و اس. كي. ماجر
(N.H. and S.K. mager).

تستخدم رسالة الترضية في (1) تصويب الأخطاء وسد النقص في
تقصير الشركة، (2) تقديم تسويات جزئية من أجل الحفاظ على علاقات
جيدة بالزبون أو (3) تفنيد الادعاءات التي لا مبرر لها بمهارة وكياسة تبقي
على رضا الزبون ووداده.

في كتاب Handbook of Business letters المتميز، ينصح ال. أي فريلي
L.E.Fraily بمعالجة الشكوى بالقدر نفسه من العناية الذي يولي لطلب الشراء،
بأن تُعلم الزبون بأنك حريص على خدمته حرصك على إبرام صفقة مبيعات
معه.

لأن كل زبون مستاء سيخبر عشرة آخرين عن السوء الذي تعرض له،

بينما الزبون الراضي سيخبر ثلاثة فقط عن ارتياحه (ليليان فيرنون Lillian Vernon).

وليس أسوأ من الزبون الذي يتذمر إلا ذلك الذي لا يتذمر - ويذهب للتعامل مع جهة أخرى. وتعرف أنك كتبت رسالة ترضية جيدة عندما يعود العميل إلى التعامل معك. (من أجل طلب ترضية انظر في فصل الشكاوى؛ هذا الفصل يبحث في تقديمها فقط).

أنواع رسائل الترضية

- أخطاء في الفواتير
- الحساب
- الأضرار
- الصدام
- التفسيرات: السهو/ الخطأ
- تصحيحات في الصحف
- إعادة ثمن سلعة ما/ خصم
- رفض عمل (انظر الرفض)
- إصلاح الأضرار
- التعويضات
- المهل الزمنية

ما يقال

- افتتح رسالتك بجملة ودية «شكراً لرسالتكم المؤرخة في 3 يونيو»، أو بعبارة شكر للفت انتباهك إلى الموضوع، أو تعبير عن تعاطف مثل «لقد أسفنا لسماع...».
- عليك بالإشارة إلى الخطأ، وتحديد التواريخ والكميات وأرقام الفواتير.

- إذا كان الزبون محقاً عليك أن تقول إنه كذلك .
- أعرب عن أسفك حيال الفوضى أو الخطأ .
- اشرح سياسة شركتك في التعامل مع شكاوى العملاء إذا رأيت ذلك لائقاً .
- تحدث عما تنوي عمله لحل المشكلة أو ما قمت به فعلاً . ربما تعرض على العميل أن يختار بين تقديم بديل ، أو إعادة المبلغ الذي دفعه ، أو إضافة رصيد إلى حسابه .
- اذكر متى تتوقع أن تحل المشكلة ، حتى إذا كان ذلك «فوراً» أو «مباشرة» أو «بالسرعة الممكنة» .
- عليك بالتأكيد للعميل أن: هذا الخطأ نادر الحدوث وأنت لا تتوقع أن يحدث ثانية؛ إن الشركة تبذل قصارى جهدها لإرضاء العملاء .
- اختتم رسالتك بالإشادة بصبر العميل ، والتزامه ، واعرض مزيداً من التعاون مؤكداً حسن نوايا الشركة وقيمة منتجاتها ، أو أعرب عن أملك باستمرار اعتماد العميل على خدماتك ومنتجاتك لسنوات كثيرة قادمة

ما لا يقال

- لا تستخدم كلمات مثل «ادعاء» أو «شكوى» حتى إذا كانت هذه الكلمات متعارف عليها . فهذه الكلمات تحمل بالنسبة للعميل لهجة الاتهام أو المحاكمة ، ومعظم العملاء يعتقدون تماماً أن لهم الحق في الترضية . بدلاً من عبارة «ال تلف الذي تدعون أنه بسبب سوء التعليب» أو «لقد تلقينا شكواكم» ، استخدم كلمات مثل «بيان» بدلاً من «ادعاء» أو «شكوى» .
- لا تقل إن الأمر كان مفاجئاً لك («لا أصدق أن أمراً كهذا قد حدث» ؛ «لم تطرأ معنا مشكلة من هذا النوع منذ أكثر من عشرين عاماً») إلا إذا كانت فعلاً مشكلة استثنائية . فالعميل يفترض أن

الخطأ الذي وقع معه قد يتكرر (وربما تكرر فعلاً) مع أي شخص آخر. مما يفقدك المصداقية.

- لا تكرر جميع تفاصيل المشكلة أو تبالغ في التركيز عليها. يكفي أن تشير إليها إشارة عابرة. ركز على الحل أكثر من تركيزك على الخطأ. فأنت تريد أن يمحي الخطأ بسرعة من ذاكرة العميل.
- إياك والشرح المستفيض. فالعملاء عادة لا يكثرثون بالمصاعب التي تواجهها مع الموردين أو المطوفين أو الشاحنين؛ وكل ما يريدونه هو الترضية. واحصر الشرح، إذا أردت أن تضمن رسالتك أي شرح، في بضعة كلمات («بالنظر لتأخر الشحن» أو في ضوء الانقطاع المتكرر للتيار الكهربائي الأسبوع الماضي).
- لا تبالغ في الاعتذار. تكفي عبارة «نأسف للخطأ الذي وقع» بالنسبة لمعظم الهفوات.
- لا تتحجج بـ«خطأ كومبيوتر» فالناس يعرفون الآن أن البشر هم الذين يشغلون الكومبيوتر وليس العكس. وهذه الحجة الضعيفة الواهية تثير حفيظة من يسمعونها. ولا توحى بأن هذه الأشياء لا بد أن تحدث بين وقت وآخر. وبالرغم من أن ذلك قد يكون صحيحاً لكنه يجعل شركتك تبدو غير مبالية.
- لا تقم بالترضية وأنت غاضب نافذ الصبر تصر على أسنانك أو من موقع متعال، ولا تشعر العميل بأنك تسدي إليه خدمة كبيرة. فهذا يلغي مهمة العلاقات العامة بتصويب الخطأ. عليك بالترضية برشاقة ورقة أو على الأقل بأسلوب التسليم حتى إذا كان العميل غاضباً أو وقحاً. يجب أن يكون موقفك ودوداً ومتفهماً؛ فاللين يولد الوداد ويرضي الزبون.
- لا تختتم رسالتك بذكر المشكلة «نكرر أسفنا لأن الإجازة الكبيرة في الجنوب الغربي لم تكن مدعاة لسروركم». لأن ذلك يرسخ

- المشكلة في ذهن القارئ بدل المراضاة.
- لا تبالغ في إلقاء اللوم على الشركة أو التأكيد خطياً على إهمالها. وعندما ينطوي الأمر على الإهمال، عليك باستشارة محاميك في الطرح الأفضل الذي تركز عليه في رسالتك.

ملاحظات حول الكتابة:

أجب فوراً ؛ فذلك يؤكد حسن نواياك.

عليك بالدقة والوضوح حول المشكلة، والخطوات التي تتخذها وما للزبون أن يتوقعه في المستقبل. فالغموض يجعل الزبون يتوقع أكثر مما هو معروض وبالتالي فإنه يحبط عندما لا يحصل على ما توقعه.

خذ على عاتقك المسؤولية التي تراها مناسبة واستخدم لغة المبني للمعلوم «لقد أرسلنا شاشة غير مناسبة» ولا تلجأ إلى المبني للمجهول فتقول «لقد أرسلت إليكم شاشة غير مناسبة».

في حال عدم اقتناع الزبون، عليك بالإعراب عن تعاطفك بسخاء. أحياناً يخشى أصحاب العمل أن «يستغل» الزبون انفتاحاً كهذا، فيقصرون في إعطاء زبائنهم ما يستحقونه - مما يؤدي إلى تراجع رضا العملاء.

عليك في بعض الحالات بإضافة بادرة ود، مثل كوبون خصم أو إيصال هدية، أو حسم على الطلبية التالية.

يسهل كتابة رسائل الترضية عندما يكون لدى الشركة استراتيجية منظمة لمعالجة شكاوى العملاء. يمكنك اتباعها والعودة إلى سياسة الشركة في معالجة الحالات المماثلة بشكل منصف، ولست مضطراً إلى اختراع العجلة مجدداً عند تلقيك أي رسالة شكوى.

نصيحة قديمة لم يفت عليها الزمن: «ليس للمماحكات القانونية مكان في الرد على شكوى. فالعميل مستاء، سواء كان له الحق في ذلك أم لا؛ والعمل يُبنى على رضا العملاء. لذلك فإن المسألة لا تتعلق بإثبات وجه الحق وإنما بإرضاء العميل. لهذا المبدأ محدودياته، لكن من الأفضل أن

تخطئ في تقديم الكثير على أن تخطئ بتقديم ما هو أقل مما يجب» (ماري أوينز كراوثر، كتاب الرسائل، 1923) Mary Owens Crowther, The Book of letters, 1923.

خير مرجع للأشخاص الذين يكتبون رسائل التصحيح هو كتاب Cheryl Mcleen, Customer Service Letters Ready to Go!, MTC Business Book, 1996.

حالات خاصة:

- تنجم بعض المشاكل بشكل كلي أو جزئي بسبب خطأ من العميل (عدم قراءة تعليمات التركيب بشكل صحيح، أو سوء الاستخدام) إذا قررت ترضية العميل (ومعظم الشركات تعطي العميل ميزة الشك)، لا تلق باللائمة على العميل؛ لأنك بذلك تذهب بالرضا والارتياح الذي زرعه. وعندما لا يكون هنالك خطأ من قبل الشركة ولا من قبل العميل عليك باقتراح حل وسط أو طرح عدة حلول «بما أن هذه المادة غير مصممة بشكل يجعلها مقاومة للحريق، لا يمكننا أن نعرض عليكم بدلاً كاملاً، لكن يسعدنا أن نستبدل القفاز الملعب بسعر الجملة، ونقدم لكم حسماً بقدر 30٪ على طلبيتكم التالية، أو أن نصلح شبكة النايلون المحروقة». «الحل الوسط هو فن اقتسام الكعكة بطريقة تجعل كل واحد يعتقد أنه حصل على القطعة الأكبر». (لودوينغ إيرهارد Ludwing Erhard).

- عندما ترفض الترضية المطلوبة (إعادة المبلغ بالكامل مثلاً) عليك بتقديم سبب لذلك كأن تقول إن التقصي حول الموضوع لا يسمح بذلك (وضمن إجابتك واثق أو مكتشفات مفندة)؛ أو أن سياسة الشركة لا تسمح بذلك (وخرق تلك السياسة غير ممكن في هذه الحالة)؛ السلعة ليست ضمن فترة الكفالة؛ استخدمت القطعة بطريقة محظورة بشكل واضح ومحدد. عليك بتوخي الكياسة مع

الحزم. واعرب عن تعاطفك مع وجهة نظر العميل، وقل إن رسالته قد لقيت اهتمام الشركة، وخاطب إحساسه بالعدل والإنصاف، واختم رسالتك بعبارة إيجابية (عبر عن تقديرك للتعاون في أعمال سابقة، وقدم قسيمة (كوبون) قائلاً إن كتابة هذه الرسالة لم تكن بالأمر السهل لكنها الرد الوحيد الذي ينسجم مع قيمك وعدالتك وإحساسك بالمسؤولية).

- قبل إرسال مذكرة سحب أحد المنتجات تشاور مع محاميك لأن صياغة المذكرة أمر مهم. فسحب معظم المنتجات يعلن عنه في رسالة ذات مقاييس محددة تصف المنتج المسحوب، وتحدث عن المشكلة، وتشرح كيف يمكن للمستهلك أن يتلقى تسوية، أو بدلاً، أو يستعيد نقوده.

شكل الرسالة:

- تطبع رسائل الترضية التي تعالج مشاكل ليست معتادة على ورق معنون. أما بالنسبة لقضايا المراضاة الروتينية فعليك باستخدام ورقة مذكرة بقياس نصف ورقة أو رسالة مطبوعة مسبقاً تحمل فراغات تملأ فيها التفاصيل.
- يمكن للشركات الصغيرة أن تعيد نسخة من رسالة العميل مع ملاحظة تكتب بخط اليد: «نعتذر عن الخطأ، تجدون طياً شيئاً بمبلغ الفرق».
- إذا أخطرت بالمشكلة بواسطة البريد الإلكتروني أو بالفاكس، عليك بالإجابة بالطريقة نفسها.

كلمات

يوفق بين	يصحح	يعيد المال	يستبدل
يعدل	سمعة حسنة	ينظم	يعيد

يعتذر	يحسم	يعوض الخسائر	رضا
يرتب	يصلح	يعالج	يسوي
يعوض	ينصف	حل	

عبارات

نشكركم لتنبهنا إلى	تخفيض السعر
فاتورة/ بيان مصحح	أنا آسف حقاً لسماع ذلك
نأسف كثيراً لاستيائكم	يؤسفني أن أسمع أن
أعتذر عن سوء الفهم	يقوم بتعديلات على
إلى أن ترضوا تماماً	سيصلكم الرصيد فوراً
نرجو غرض النظر عن	لكم الحق في ذلك
الحيلولة دون تكرار ذلك.	

جمل

أنا آسف للخطأ الذي حصل في تجهيز طلبكم - وقد أرسلنا الصور المطلوبة اليوم.

شكراً لأنكم لفتتم انتباهنا إلى العمود الفولاذي الناقص من مجموعة لعبة الكرة التي طلبتم

شكراً لإتاحتمكم الفرصة لنا لتصحيح المعلومة الخاطئة التي نشرت في العدد الأخير من الجريدة.

شكراً لاتصالكم الهاتفي حول الرقع الليزرية المعيبة سنرسل إليكم رقعة بديلة خلال يومين أو ثلاثة أيام عمل.

نأسف للمصاعب التي تكبدتموها مع المكواة البخارية من نوع ديمستر، لكن جميع أجهزتنا تحمل ملصقات ملونة ومطبوعة بأحرف كبيرة تخطر المستهلك حول ميزة الأمان في المآخذ المستقطب (إحدى الشفرات

أعرض من الأخرى والمأخذ لا يلائم إلا مأخذ تيار مستقطب باتجاه واحد فقط).

يسعدنا أن نعرض عليكم أسبوعين إضافيين، بلا فوائد، لإتمام دفع أجرة الملابس الرسمية.

نأمل أن نستمر في خدمة حاجاتكم المصرفية.

نأسف للمصاعب التي واجهتكم مع عبوة المحبرة الأخيرة.

نأسف لأنكم اضطررتم إلى الكتابة؛ هذا الأمر ما كان له أن ينتظر حتى الآن.

يؤسفنا استيائكم من أداء قطاعة الورق الشخصية من نوع سالتين. إن التعامل معكم ورضاكم أمران مهمان بالنسبة إلينا.

أنتم محقون تماماً، ما كان للسحابات الذاتية الإصلاح المركبة على حقائبكم من نوع كارادين أن تتخرب بعد مجرد شهرين من استخدامها.

ستتلقون رصيذاً فورياً لأعمال البناء الخاطئة، وسنرسل شخصاً يتفق معكم على استبدالها.

فقرات

شكراً لتجاوبكم مع ملاحظتنا حول سحب وإعادة مجموعة مزرعة العالم الصغير إلينا لإعادة ثمنها. كانت شركة العالم الصغير معنية بصناعة ألعاب الأطفال منذ عام 1976، ونأسف للخطأ في التصميم الذي ربما جعل هذه المجموعة خطيرة بالنسبة للأطفال الصغار.

شكراً للفتكم انتباهنا للخطأ في التسعير المثبت على منظفات مياه المسابح الآلية بلووتر. نرفق إليكم شيكاً بالفرق. ونتطلع إلى تقديم الخدمات إليكم مجدداً.

شكراً لاتصالكم الهاتفي. لكم الحق في الاعتقاد أنه لا يجوز تكليفكم

بالفوائد للشهر الماضي . وقد حولنا 2,85 دولار إلى حسابكم .
بعد قراءة متأنية لرسالتكم المؤرخة في 4 أغسطس ، وبعد استشارة دائرة الشحن لدينا . يبدو أننا لم نلتزم بشروط العقد (تجدون طياً الوثائق) .
يؤسفني أن طلبكم قد نفذ بشكل خاطئ . تجدون طياً الأعداد المتأخرة التي طلبتموها . نرجو أن تحتفظوا بالأعداد الأخرى مع الاعتذار .
شكراً لتكبدكم مشقة إعلامنا بتجربتكم الأخيرة مع أحد منتجاتنا . يهمننا دائماً أن نسمع آراء عملائنا ولكننا نأسف أن يكون هذا هو ما دفعكم إلى كتابة رسالتكم هذه .

رسائل نموذجية:

عزيزي السيد ستيفانوبولس ،

شكراً لرسالتكم التي تطلب تصحيحاً لعدد من التصريحات التي نشرت حولكم وحول شركتكم في آخر عدد من مجلة /التجارة الصغيرة اليوم/ . المعلومة التي حصلنا عليها لم يجر تدقيقها كما يجب فنرجو المَعذرة . يظهر التصحيح على الصفحة 4 من عدد هذا الشهر .

المخلص



السيدة إيفا ستير ،

يؤسفني أن البياضات الإيرلندية التي اشتريتها من مخزننا تكشف أنها معيبة . أرجو أن تعيدي الطليبة إلينا ، مع أغلفتها . وسنبدلها حالاً ونعيد إليك أجرة البريد .
لقد كنت زبوناً ملتزماً طيلة ثماني سنوات ، وتعرفين أن العاملين في مراقبة النوعية لا يسمحون بحدوث شيء كهذا إلا ما ندر . تجدين طياً حسماً بقيمة 20% على طلبيتك القادمة على سبيل الاعتذار عما تسببناه من إزعاج .

أفضل التحيات .



السيد غابرييل باغراديان،

شكراً لرسالتكم المؤرخة في 7 يوليو، التي تطلب إعادة النظر في مبلغ 50 دولار كلفة استخدام غرفة الإسعاف في مستشفى ويرفيل لغرض غير اسعافي.

بالعودة إلى السجلات وجدنا أن ابنكم ستيفان زار غرفة الإسعاف يوم 19 مارس بحالة استرخاء رئة، وليس لعلاج حب الشباب. نأسف لهذا الخطأ الذي يعود إلى ترميز سبب الزيارة وقد أجرينا تصحيحاً لصالحكم.

شكراً لتنبيهنا إلى الخطأ وإعلامنا بهذا اللطف.

المخلص
تي هيفاسان
دائرة الحسابات



السيدة بيتتر،

نشكرك لإعلامنا بتلف طعامنا الجبوبي من نوع ويتلي. ونأسف لتعرضكم لهذه التجربة ويهمننا أن تعلموا أننا نشعر بقلقكم.

إن رضا المستهلك في مقدمة اهتماماتنا، ونأسف حقاً للتجربة التي تعرضتم لها مؤخراً مع منتجاتنا. إن لشركتنا مقاييس جودة صارمة جداً ونلجأ إلى فحص المواد الأولية بمنتهى الحذر عندما تصلنا. كما يراقب الأخصائيون بالتعقيم وحدة الإنتاج لدينا باستمرار ويتفقدون منشآت التوريد بشكل دوري. ونلجأ إلى جمع عينات من الغذاء في جميع مراحل الإنتاج. ونحللها في مخبرنا. إننا نفرض هذه الإجراءات الصارمة كي نتأكد من إنتاج عالي النوعية وخال من الحشرات.

وقد وضعنا المعلومة التي زودتمونا بها عن منتجاتنا بتصرف الأشخاص المعنيين في الشركة

نكرر شكرنا لكم لمراسلتنا

المخلص



السيد شتاينميتز،

لا، ليس لمحرك المكنسة الكهربائية أن «يهترئ» خلال ستة أشهر من شرائها. لا يمكننا التأكد من المشكلة، لكن هذا أمر غير عادي بالنسبة لمكنسة من الطراز الأول مثل كوستيلو.

نرجو أن تأخذ المكنسة إلى إحدى ورشائنا لصيانتها (انظر في القائمة المرفقة كي تختار الموقع الأقرب إليك). وسيقوم العاملون هناك بفحص الآلة وإذا استطاعوا إصلاحها فإنهم سيفعلون ويرسلون الفاتورة إلينا. إذا تبين أن الآلة فيها خطأ في الصنع فإننا سنرسل إليكم آلة بديلة.

نرجو قبول اعتذارنا لما تسببه الأمر من إزعاج لكم.



السيد رامسدیل،

الموضوع الشكوى رقم 02018 - 1134 دبليو بي 753.
تجدون طياً شيكاً لتسوية شكواكم بشكل كامل.

بسبب عدم شراء تأمين نقل الشحن فإن مسؤولية الناقل تحدد بمقدار 1,25 دولار للباوند من ثقل الحمولة وهذا ينسجم مع التعرفة.

إذا أردتم الحصول على تعويض كامل عن الضرر أو الضياع، عليكم بالتقدم بشكوى إلى دائرة السير في شركتكم أو شركة التأمين. نرجو مراجعتهم بهذا الصدد.

شكراً لأناتكم وتعاونكم أثناء التأخير الضروري في متابعة شكواكم.

المخلص



عزيزي السيد ماغنوس،

ساءنا أن نعلم أنكم تشعرون بأن تركيب كامل الفاير البصري لديكم قد نفذ بشكل «غير متقن» من قبل كهربائي «تنقصه الخبرة».

لدينا الآن تقرير اثنين من المفتشين، واحد من شركتنا وواحد من مكتب

إشراف مستقل، زارا مكاتبنا يومي 11 و12 نوفمبر. تشير تقديراتهما إلى أن التركيب تم بشكل شديد العناية بالتفاصيل وفق مقاييس مبدئية، وأن تنظيف الموقع كان بلا أية شائبة وأنه، في الحقيقة، لم يكن هناك أي سبب يدعو إلى الاحتجاج. ولم يتكشف الحوار مع طاقم العاملين لديكم الذين كانوا على صلة بالكهربائيين أية معلومة سلبية حول أدائهم.

في ضوء هذه التقارير، ليس بإمكاننا تقديم الحسم الكبير الذي طلبتموه على خدماتنا.



انظر أيضاً: الإشعار، الاعتذار، الرسائل المتأخرة، الشكاوى، الاعتماد، الحساب، الرفض، الرد.