

لا داعي لأي قلق بشأن النزاعات

- 213 1 - موافقة الزبون، وتبعاتها.
- 215 2 - أي خطأ سيكون قاتلاً.
- 217 3 - الأسلوب السليم هو الأساس.
- 218 4 - الروتين المتكرر نهايته الفشل.
- 221 5 - اصرخ، لكي أسمعك!
- 228 6 - لا حرب «بالورود» من فضلك.
- 232 7 - لا أريد أن أخسرك!

obeikandi.com

1 - موافقة الزبون وتوابعها

ثمة نتائج وتوابع تعقب وصول البائع والزبون لاتفاق إيجابي فيما بينهما. وبلا شك فثمة نتائج تعقب وصول أي شخصين، على وجه العموم، لاتفاق مشترك فيما بينهما.

إن مشروع «البيع بالطريقة العاطفية» سيكون غير متكامل، حينما لا تستمر القصة بين الحبيبين. إن حالة «العشق» يليها «التكرار» باستمرار، حتى يصل الأمر فيما بين العاشقين لأن يصيرا حبيبين مُغرَمَيْن.

العشق لفترة قصيرة فقط

لا تدوم حالة العشق بين العاشقين لجميع الأوقات. ليس بمستطاع الذهن البشري أن يتحمّل التعامل مع وسائط التهيج المتنوعة التي تنشأ داخل الجسم. ووفقاً لما تذكره الكاتبة هيلين شنيدر في كتابها «تشریح حُب» فإن حالة العشق والهيام بين الحبيبين تنقضي في معظم الحالات بعد 18 - 30 شهراً. هذا مؤسف بالفعل.

مسكنات الفؤاد

ثمة نوع آخر من الشعور ينشأ، وهو أصعب عموماً من حيث توضيح ماهيته ألا وهو المحبة. هنا يسود عمل مسكنات

الفؤاد وهي هرمونات السعادة المعروفة بالإندروفينات. تعمل هذه على تهدئة المرء عموماً، وتدخل كوسائط في إيصال الانطباعات الشعورية كالشعور بالأمان، أو الثقة، أو الهدوء النفسي.

ويشعر الحبيبان عموماً برغبة عدم ترك بعضهما البعض، والبقاء معاً إلى الأبد. ويسعى العاشقان عموماً وبحماس شديد جداً لتشكيل هذا النوع من العلاقة الدائمة فيما بينهما. ربما ينتهي ذلك إلى الزواج. تكون أسباب الزواج أحياناً ذات طابع عملي: فربما يكون أحد الأسباب على سبيل المثال توفير أجرة منزل، حيث يكون ذلك أبعد ما يكون عن الرومانسية. وفي الحقيقة فإن الزواج في يومنا هذا لا تكون أسبابه غالباً ذات طابع اقتصادي أو ثقافي أو سياسي أو مالي اجتماعي.

التوازن

لقد اكتشف عالم الأجناس باول بوهانان الحقيقة التالية والتي تم تطويرها فيما بعد من قبل هيلين فيشر، وهذه الحقيقة تقول: «ننزوج بدافع الحب إما لكي نعمل على تحقيق التوازن مع الأنا الشخصية، أو لكي نعمل على ستر عيوبنا ونقائصنا».

حتى ولو بدت هذه العبارة ربما رهيبة إلى حد ما، غير أنها تفسر تقريباً لماذا يرتبط المحاسب الخجول بالذات، والشقراء الفاتنة بالذات في علاقة زوجية فيما بينهما!

وحينما نتأمل الآن بدقّة بعض المفاهيم مثل المحبة، الأمان، الثقة، الهدوء النفسي..... إلخ، فيمكننا

استنتاج ما يلي: هذه المفاهيم بديهية، وهي تصحّ لعلاقة ذات طابع اقتصادي، وهي ذات فوائد حينما يسعى المرء لتحقيقها، فضلاً عن كونها ضرورية لكلا الطرفين!

متطلبات كل طرف نحو الآخر

ربما من المهم، في المجالات التي يسود فيها الطابع الاقتصادي أو السياسي أو الثقافي، أن تنشأ العلاقات الزوجية بحيث تكون مفاهيم معينة مثل الأمان والثقة والهدوء النفسي، لكل طرف من أطراف العلاقة الزوجية واقعاً ملموساً. هذا من شأنه أن يفسّر الرغبة في الحفاظ على علاقة جيدة ومستمرة بين الزبون والمورّد. وهذا بدوره يعلم على توضيح الفرص المميّزة المتاحة للبايعين «بالأسلوب العاطفي».

2 - أي خطأ سيكون قاتلاً

حينما يود أي زوجين - بدافع من علاقة الحب القائمة فيما بينهما - أن يعملوا معاً على تخطيط يومهما أو تخطيط مستقبلهما، فلا بد لهما هنا من مواجهة مخاطر عديدة لا يمكن تجنبها. فأولاً وآخرأ تؤكد لنا حياتنا اليومية أن الهيام الشديد يزول مع مرور الوقت.

الأفضل أن تصحّ فوراً

في البدء أقول: «سنة النحس السابعة» غير موجودة إطلاقاً. لقد ثبت إحصائياً أنه إن كان الطلاق هو المصير الذي ستهي إليه العلاقة الزوجية، فإن هذه العلاقة لا تدوم - على وجه العموم أكثر من أربع سنوات. ربما يسود الاعتقاد في هذه المرحلة المبكرة بضرورة تجديد «الدخول في القفص

الذهبي»، وذلك تحت شعار: «الأفضل - من الآن - وضع» نهاية للجحيم، بدلاً من الاستمرار في «حميم دون نهاية». - ولكن، ما الذي يضعف هذه العلاقة الزوجية؟ هل ثمة خطأ مشترك شائع يرتكبه عموماً الرجال والنساء على السواء؟ على ما يبدو، فإن السبب الرئيسي الذي يؤدي لانفصال الزوجين عن بعضهما إنما هو الإهمال من ناحية، واللامبالاة من ناحية أخرى.

يخطئ من يظن أن لا جدوى بعد الزواج من سعي كل من طرفي العلاقة الزوجية لكي يعجب الطرف الآخر أو يفتنه! إنه التحدي الكبير في إطار العلاقة الزوجية أن يستمر كل من الطرفين بالفعل بالاعتناء بنفسه، وإظهار جاذبيته للطرف الآخر، وتقبل مصالح الطرف الآخر، والتلاؤم مع مختلف الظروف المعيشية المتقلبة.

ثمة حياة قبل الموت

انتبهوا أيها البائعون «العاطفيون»! يُخطئ من يعتقد منكم أن لا عمل له الآن، وبعد قبول الزبون للصفقة سيتم العمل سريعاً على تسوية الأمور! إعمل - في مؤسستك - على مقارنة الجهد المبذول لإنجاز صفقة مع زبون جديد مع ذلك الجهد لإنجاز صفقة مع زبون قديم. سوف تكشف بنفسك أن الجهد المبذول مع الزبون الجديد أكبر بكثير من ذلك الجهد المبذول مع الزبون القديم.

3 - الأسلوب السليم هو الأساس

خطر ببالي - وأنا شابٌ يافعٌ - أمرٌ فريدٌ من نوعه: قال أحد أصدقائي حينذاك - وعمره خمس عشرة سنة -: سألتني اليوم بـ«عجوزتي»! لقد استغربت أسلوبه حينذاك في وصف صديقتة - التي تقاربه في السن - بـ«العجوزة»! إلى هذا الحدّ انعدمت أسماء «الدلع والاستلطاف»؟!

الأسلوب هو جوهر
القضية

لم أستطع حينذاك التحرُّر من وهم، أنه ليس من ثمة تسمية ودِّيَّة - نابعة من القلب - يمكن أن تخرج من ثنايا تلك التسمية الغريبة «عجوزتي». الموضوع إذن يتعلّق بالأسلوب حصراً!

هل تفتح بنفسك باب السيارة لزوجتك لكي تستطيع الدخول للسيارة؟ هل تسجّل في ذاكرتك دوماً، من أية جهة يخدمك النادل في المطعم؟ هل تشكر مضيفك على دعوته لك، بباقة من الورد؟ هل تقف حينما تدخل سيّدة قاعة الاجتماعات أثناء الاجتماع، أو حينما يدخلها رئيسك مثلاً؟

الكثير من الناس يتعامل مع تلك الأسئلة كـ«أمور ثانوية وجانبية»!

أما بالنسبة للبائعين الناجحين والعاطفيين، فهم يعلمون تماماً أن التعامل مع أي زبون من الزبائن على وجه دائم، يضع أسلوبهم في التعامل موضع تحدٍّ. إن أسلوب التعامل السليم يتطلّب بالدرجة الأولى احترامنا للطرف الآخر وإظهار مدى مكانته العالية في نفوسنا. لا يكتشف الزبون مدى تقديرنا

له، إلا من خلال الطريقة التي نتعامل بها معه!

ويُحذّر بالتحديد، من اتباع أسلوب «رفع الكلفة» وأيضاً من الأمل حينذاك من تسامح الزبون معنا في الظروف الصعبة على وجه الخصوص!

لا تمارس أسلوب رفع الكلفة

4 - الروتين المتكرّر نهايته الفشل

دعني أرسم صورة للحياة اليومية بعد عشرين عاماً من الزواج. ثمة نمطٌ ثابتٌ للحياة موجود لدى معظم الأزواج في هذه المرحلة. ثمة أشياء اعتادوا بشكلٍ روتيني على ممارستها، مثل رياضة التأمل أيام الاثنين، وكرة الطائرة مع الأصدقاء أيام الثلاثاء، والالتزام بدروس دورة اللغة الإيطالية أيام الأربعاء، وزيادة نادي الليونز أو نادي التسويق أو صالة الساونا بالتناوب أيام الخميس. ولعطلة نهاية الأسبوع نشاطاتها كذلك والتي تتم ممارستها في أوقات محدّدة، من رياضة الجولف إلى رياضة المشي. هذا النمط من الحياة المنتظمة يطمح إليه عموماً معظم الناس.

الروتين اليومي

ولتحول الأنشطة المختلفة إلى أنماط روتينية مخاطره المتزايدة. هنا يتدنّى احتمال حدوث تغييرات وتجديدات! وفجأة يحدث أمرٌ ما لم يكن بالحسبان: إنه الانهيار الكبير. أحد الطرفين يكبح جماح دوران المحرّك بشكل فجائي ودون سابق إنذار، ويعلن تغييراً جذرياً من خلال تغيير نمط سلوكه.

عاصفة فجائية

ثمة فرصة للطرفين، في خضم هذه الأزمة، لأن يتبادلا الأدوار. وتتحول هذه الأزمة الخانقة لتصير موضوع الساعة. إن العمل معاً لإحداث التغييرات لا يتم إلا من خلال الحوار المتبادل البناء.

وفي الحقيقة فإن هذا النمط من الاستعارة أو المجازية في التعبير، ينقصه، بالنسبة للبائعين الناجحين العاطفيين، التجديد. وبالرغم من كون العلاقات مع الزبون تبدو دوماً جميلة وممتازة، فهي تظل تحمل في طياتها خطر الانفجار. ينسى معظم البائعين عموماً أنه ينبغي عليهم بالفعل ألا يشعروا بأنهم في مأمن دائم فيما يختص بالزبون وتحقيق رغبات الزبون. إن تسرّب الروتين إلى نمط العلاقة مع الزبون يشكّل في الواقع خطراً كبيراً!

كل ذلك يبدو جميلاً في مظهره، ولكنه خادع في جوهره! طلبات الزبائن مستمرة دوماً، وعملية التواصل مستمرة معها بشكل عام. المحادثات المتبادلة تكون قليلة جداً بشكل عام - تحت شعار: «جميع الأمور واضحة». غير أن الحقيقة تقول أن لا شيء واضح بالفعل!

الزبون الدائم يحول
مساره

وفي وقت من الأوقات يحصل التحول: بائع آخر يدخل مكتب الزبون. وفي سياق محادثته مع الزبون، لا يعرض هذا البائع أمام الزبون أية حسومات معينة أو شروط خاصة ذات طابع معين، أو ما يشابهه. كل ما يفعله ليس سوى عرض مثير يعرضه على الزبون. وبعبارة أدق، هو يسعى لإغراء الزبون لأن يجرب هذا الأخير أن يكون زبوناً - ولو

لمرة واحدة على الأقل - لجهةٍ أخرى غير الجهة التي اعتاد عليها. يبدو الأمر في الحقيقة بسيطاً، إلا أن آثاره رهيبة، فعلاقتك مع زبونك يمكن أن تعتبرها هنا قد انتهت! ينبغي عليك كبائع «عاطفي» ناجح أن تتمتع بمقدرتين اثنتين:

- تحتاج لذلك القدر من الذكاء الذي يمكّنك من اكتشاف خطر الملل والروتين في الوقت المناسب، وذلك لأجل إدخال الحيوية والإثارة والجاذبية إلى علاقتك مع الزبون، وذلك عبر عمليات التجديد المستمر.
- تحتاج للمقدرة المميّزة على إغراء الزبائن! فقط من خلال ذلك تستطيع أن تصل إلى ذلك القدر اللازم من النمو في مؤسّستك، لجعلها ذات قدرة فائقة على المنافسة في الأسلوب.

ربما لن تفاجئك الحقيقة التالية: «الطرف الأكثر جاذبيةً هو الطرف الرابع!» ولذلك فالمؤسّسات الأكثر جاذبيةً تكون دوماً في مقدّمة المتنافسين في السوق! عليك، كممثل لمؤسّستك، وعبر جاذبيتك الشخصية البحتة، أن تعمل على البحث عن فرصة المنافسة لأفكارك أولاً، وسائر الخدمات والمنتجات التي تعرضها مؤسّستك!

إن كان ما يحدث، بعد سريان الملل والروتين، يشير اهتمامك فعلاً، فما عليك سوى المباشرة بقراءة المبحث التالي.

5 - اصرخ، لكي أسمعك

القصة التالية من شأنها أن توضح ظاهرة معينة:

البحث عن الاهتمام

تصوّر وصول الأب إلى المنزل في المساء. يدخل المنزل، فتجري طفلته الصغيرة نحوه وهي تهتف أبي! أبي! لقد فرحت بمجيئك. لنلعب معاً، ما رأيك؟ رفض الأب طلب طفلته الصغيرة، وهو مشوّش الفكر بعض الشيء، ومنوّهاً لها أنه لم يكّد يدخل المنزل بعد وعليه إنجاز بعض الأمور أولاً. تركت الطفلة الصغيرة أباهاً وشأنه، فإجابته هذه ليست بالغريبة عليها. عادت بعد لحظات، وطلبت من أبيها مجدداً اللعب معها. رفض الأب قائلاً أنه عليه أن يقرأ الجريدة أولاً. عادت الطفلة مجدداً وطلبت من أبيها أن يلعب معها. رفض الأب هنا قائلاً، عليه أولاً أن يسمع نشرة الأخبار الرئيسية المتلفزة. بعد خمس دقائق أخرى جدّت الطفلة المحاولة مع أبيها، حيث رفض الأب منوّهاً أنه عليه المغادرة حالاً لأنه مدعوٌ لحفل. وفي الوقت الذي كان الأب يرتدي خلاله ملابسه ويستعدّ لمغادرة المنزل، اتجهت الصغيرة الظريفة نحو غرفة الجلوس، وبالذات نحو زهرية صينية جميلة وقديمة، موضوعة على واجهة الخزانة. ماذا فعلت؟ ربما علمت الإجابة من الآن...! أخذت الزهرية ورمتها على الأرض فكسرتها، محدثةً بذلك فرقة مدوئية!

أما الأب، وهو يهّم بمغادرة المنزل، فقد سمع دويّ كسر الزهرية، فعلم بالكارثة، جرى مسرعاً نحو غرفة الجلوس وضرب الطفلة - وهو في أشدّ الغضب ضربة خفيفة على

مؤخرتها. بدأت الطفلة بالبكاء! جرت الأم مسرعة كذلك نحو الغرفة (فرحةً ربما، لأن الزهرية «الأثرية» ولّت أخيراً إلى غير رجعة)، وبدأت تؤنّب زوجها غاضبةً على ضربه للصغيرة. بدأ الزوجان مشاجرةً كلاميةً حادةً فيما بينهما!

الجدة كذلك تسكن مع العائلة في المنزل. سمعت الشجار. ذهبت إلى حفيدتها وضمتها بين ذراعيها، وهي تقبلها وتهدي من روعها! انتهت القصة.

ويبقى السؤال المطروح: كيف عساه يكون حال الطفلة الآن؟ ترى هل حالها جيد أم سيء؟

تغيير الاستراتيجية

ترى ما الذي كانت تريده الطفلة بالتحديد؟ لقد أرادت أن تلعب مع والدها. اللعب بالنسبة للطفل هو أكثر من مجرد تمضية للوقت. اللعب مع الأب له علاقة بأشياء هامة مثل العشرة، والاكتشاف، والتجربة، والاهتمام، وأخيراً وليس آخراً بالحب. إلا أن رغبة الطفلة هذه تم رفضها مرات عدّة. رد الفعل التلقائي لدى الطفلة: لقد غيرت استراتيجيتها.

أما الأب، فقد توفّر له الوقت فجأةً حينما تحطّمت الزهرية! أما سلوك الطفلة فقد تم تبريره تلقائياً من خلال المشادّة الكلامية فيما بين الأم والأب، فضلاً عن «جرعات الحنان والدلال» التي اكتسبتها الطفلة من جدتها بعد ذلك بشكل مباشر!

إن عملية التنبؤ سهلة الآن نسبياً: حينما لا يعمل الأب على تغيير نمط تصرّفه، فستحتفظ طفلته بحقّها في

ممارسة استراتيجيتها التي تضمن لها النجاح! إن هذا ما تعلّمته بالفعل: حينما لا تقبلون مني الحب الذي أمنحكم إياه، فسوف يميل سلوكي حينذاك إلى العدوانية!

أليس من الممكن على الكثير من الناس خوض التجارب السلبية المختلفة المتمثلة في عدم تحقيق رغباتهم، المتمثلة بدورها في احترام وإكبار ومدح الآخرين لهم؟

حينما تقرّ أنت بدورك أن احترام الآخرين وتوجيه المديح إليهم أمران هائمان جداً، كالفيتامينات تماماً، فسوف يتّضح لك حينذاك أنه ما لم يحصل كلّ من هؤلاء على جرعات الدلال والحنان والحب التي يحتاجها عادة كل يوم، فسيعمد بلا شك على تعويض هذا النقص لديه من خلال ممارسة أنماط السلوك العدواني!

السلوك العدواني رد فعل

النتيجة: إن سلوك الطرف الآخر، بدءاً من مجرد الاستياء والتذمّر وانتهاءً بتلفّظ الشتائم وممارسة أساليب العنف، إنما يمكن أن يكون سببه الرئيسي عدم توجيه ذلك القدر اللازم والضروري من الاحترام والاستحسان والتقدير.

قصة أخرى: نفترض أن الزوجة تطبخ الطعام باستمرار، وزوجها لا يوجّه لها ولا كلمة مديح واحدة. إنها طبّاخة ممتازة فعلاً، ولكن ماذا عساها تفعل في هذه الحالة؟ سوف يسوء نمط طبخها للطعام بشكل تدريجي إلى أن يصل معها الأمر في نهاية المطاف لأن تملّح الطعام بشكل غير مقبول!

اتهام جريء: لأن معظم الرجال لا يمدحون نساءهم، فإن هؤلاء الأخيرات يتعمّدون أحياناً عدم طهي الطعام بشكل

جيد، وهو ما يؤكده الرجال باستمرار.

ثمة تجربة شائعة يمارسها كل فرد بشكل عام: من يريد بالفعل أن يوجّه اهتمام الآخرين إليه، بصرف النظر عن أسباب ودواعي ذلك، فسوف يتكلّل عمله بالنجاح أكثر وأكثر، كلما كان سلوكه ذا نمطٍ عدواني ومزعج ومتبرّم، وباختصار إذا كان سلوكه ذا طابع احتجاجي عموماً!

السلوك العدواني يؤدي
إلى لفت الأنظار

إن مفهوم «الاحتجاج» يعني وفقاً للمعاجم، إبداء المقاومة إزاء سلوك وتصرف الطرف الآخر، وذلك على نحو يلفت الأنظار.

الاحتجاج عامل مساعد

ثمة سؤال موجّه إلى تجاربك الشخصية: هل سبق لك أن فكّرت لم لا يوجد من ثمة مبرّرات تُذكر للكثير من الاحتجاجات. هل لديك تفسير لم يبدأ المتبرّمون أحياناً بالتذمّر والصياح، وبدون أي مبرّر منطقي ظاهر؟ هل تذكر الآن زبائن لك، متذمّرين دوماً، بسبب أو بدون سبب؟

حينما نستثني حالة شراء الزبون - ولأول مرة - لجهاز معيب، بمعنى أنه يوجد هنا سببٌ موضوعيٌ وبديهيٌ للاحتجاج، ومع افتراض أن هذا النمط الاستثنائي من الاحتجاج سيكون خارج إطار بحثنا هنا، فسرعان ما سيعتريك العَجَب بالتأكيد.

الاحتجاج يتطوّر عموماً بشكلٍ بطيء. ويساعد نمط العاشقين المغرّمين مرة أخرى هنا، في فهم الموضوع بشكلٍ أفضل.

تبدلات المزاج

إنها مجرد تبدلات مزاجية صغيرة، وغير ملحوظة، ولا يكاد المرء يحسُّ بها إلا نادراً. ما يلاحظه المرء فقط هو أن ثمة أمرًا لا يسير على ما يُرام. إن لصوت العاشقين نبرة غير مألوفة لا تظهر في نمط الكلام العادي الذي ينطقه سائر الناس غير أن حل المشكلة موجود لدى أكثر العاشقين: إنه مجرد رفع لكل من مستوى الانتباه ومستوى الاهتمام.

تبرُّم أولي

على البائعين «بالأسلوب العاطفي» أن يعلموا أن زبوناً من زبائنهم سوف يتصرّف مبدئياً بتبرُّمٍ بعض الشيء، حينما يشعر أنه لا يُولَّى المزيد من الاهتمام.

محادثة «الشكوى»

حينما لا يكون أحد طرفي العلاقة الزوجية مثلاً، موافقاً على الحالة الراهنة، فسوف يصل الأمر إلى محادثة «الشكوى» والتي ربما تبدو بمنتهى الودِّ والرفقة. «إنك تصل متأخراً كل يوم، وأشتاق لك كثيراً». وفي ذلك إشارة لضرورة المجيء باكراً إلى المنزل، فلو نظرنا لذلك كـ«احتمال بداية» للتأزُّم في العلاقات، فذلك يظل على الأقل قابلاً للتصحيح لإنقاذ العلاقة القائمة فيما بين الزوجين.

السعي نحو الأفضل

على البائعين «العاطفيين» الناجحين أن يعلموا كذلك أن هذا ما يفعله الزبون تماماً. إنه يشكو كذلك، ولو بمنتهى الرفقة. فيقول مثلاً: «لقد كانت الطلبات فيما مضى تتم بصورة أسهل». أو يقول مثلاً: «كنا نستطيع فيما مضى أن نتصل

بالمدير مباشرة، أما اليوم فأمرنا الله! « هنا يستطيع البائع بحنكته بالتأكيد أن ينقذ الأمور ويصحح التأزم «المحتمل» في العلاقة الآتية، من خلال إظهار كامل استعدادة للزبون لأن يسعى جاهداً لإزالة الخلل في هذا السياق والسعي لتسيير الأمور نحو أفضل ما يمكن أن تكون عليه.

الملاحظة الأولى: «ذكر المنافسين»

ولكي نبقى في مثالنا حول المجيء مبكراً إلى المنزل. فحينما يتأزم الأمر بشكل أكثر بقليل، فسوف تقول الزوجة لزوجها هنا: «جارنا يحضر باكراً لمنزله، وتستقبله زوجته فرحةً جداً، وعلى فكرة هما يستعدان الآن للسفر لإسبانيا لتمضية إجازتهما!» يلاحظ المرء بسهولة أن الأمور تسير بعض الشيء نحو الخطورة! ربما يستطيع المرء إنقاذ الموقف، و«الإرتماء» معاً لفترة أسبوعين في مكان ما.

احذر دخول المنافسين
على الخط

على البائعين «العاطفيين» والناجحين أن يعلموا أن الأمور تتجه ببطء لتصبح مكلفة بعض الشيء! إن إشارة الزبون لمنافس ما، ينتهي غالباً بتجربة شراء مبدئية لدى ذلك المنافس. ربما يعقب الزبون مطالباً هنا حتى بتصحيح الأمور قائلاً: لقد دفعتني دفعاً إلى حزن منافسك! أسعاره خيالية فعلاً!

مرحلة الإنذار القصوى

التهديد بالعواقب

وحينما يصل الأمر إلى نوع من التهديد: «إذا لم تفعل

كذا، فسأقوم بكذا...! فليس من شك هنا، أن أحد طرفي العلاقة على الأقل قد وصل الأمر به إلى حد الشعور بالخيبة. ما يحصل هنا أن كلا الطرفين يتصرّف إزاء هذه الحالة المتأزمة نسبياً بالقدر اللازم من الجدّة. وغالباً ما تكون هذه الحالة «الخطوة قبل الأخيرة» من التدهور النهائي.

على البائعين العاطفيين الناجحين أن يعلموا أنهم ما لم يعملوا بجدّة هنا على إصلاح الأمور، فالزبون سيفلت لا محالة من بين أيديهم. خطآن فادحان ينبغي تجنبهما هنا: **الخطأ الأول** التعاطف «الجزئي» مع الزبون وإظهار بعض المودّة له وليس كامل المودّة، **والخطأ الثاني** التأكيد للزبون أنه لم يعد بالإمكان إصلاح أي شيء على الإطلاق.

الحرب الشعواء

هنا، ليس من ثمة حدود للخيال! ليس بالضرورة أن تكون النهاية بالورود والرياحين. وما لا يُطاق خلال أي حرب باردة متبادلة وشعواء، إنما هو شدة وطأة كابوس رثاء الذات للذات.

ومن أهم ما ينبغي أن يعلمه البائعون الناجحون العاطفيون، أنه لا ينبغي عليهم أن يتحدثوا بالسيء من الكلام عن منافسيهم! فعلى البائع أن يعلم أنه - ليس منافسوه - وإنما هو المسؤول الأول والأخير عن خسارته لزوجته!

وسواء كانت العلاقة، علاقة بين زوجين، أم بين مشترٍ وبائع، فكلتا الحالتين تسري عليهما القاعدة التالية: «طالما

أن احتجاج الزبون، أو نقده المستمر، سواء بشكل موضوعي أو في جميع الأحوال، أمرٌ لا مفرَّ منه، فعلى البائع في جميع الأحوال أن يتخذ احتياظه لأن يتصرّف دوماً، ولأقل الأسباب والدواعي، بالشكل اللائق والمناسب.

الكلام من ذهب

التوصية الأساسية تقول: بادر زبونك بالكلام، وتحدّث معه بشكل صريح وصادق حول جميع المشاكل، وفي الوقت المناسب! كن على يقين دوماً أنه سواء زوجتك/ زوجك، أو زبونك، كلّ منهما سوف يبتّ لك إشارات «عدم الرضا» بشكل مبكّر، حينما لا يكون/ تكون راضٍ (أو راضية) عن الحالة الراهنة. الصعوبة ربما تكمن هنا في مدى قدرتك على التقاط تلك الإشارات ذات الطابع «الدقيق» جداً. وحينما يتم ذلك، فلا يبقى سوى أن تبثّ لمرسل الإشارات، إشارة: «لقد سمعتك!».

6 - لا حرب «بالورود» من فضلك

ما هو تقليدي ونموذجي بالنسبة لأية محادثة شكوى فيما بين الزبون والبائع، إنما هو الأسلوب والطريقة التي يعرض بها الزبون/ الزبونة الشكوى بشأن الموضوع المعين. لا تستغرب أسلوب عرض الشكوى مطلقاً، سواء أخذ ذلك طابعاً خصوصياً، أم طابعاً عملياً، أم خليطاً من الاثنين معاً فإنه ينبغي على البائعين العاطفيين الناجحين، أن يراعوا بشدّة أثناء عرض الزبون لشكواه النقاط الأساسية التالية:

الاستماع للشكوى

الزبون الغاضب

«هذا مثير للاشمئزاز كثيراً»، «إنني غاضبٌ جداً».

ولذلك: لا تحاول تهدئة زبونك على الإطلاق، قبل أن يطلق جميع ما في جوفه من «غضب». فقط حين ذلك يمكنك التحدث معه بشكل طبيعي.

– الزبون يرغب في الحصول على حقه

«أريد عوضاً عن ذلك!»، «أريد استعادة مالي وإلا سأطلب المحامي!».

أعطِ زبونك حقه

أعطِ زبونك حقه، حقه في الشكوى! إنه أمرٌ هام جداً. للكثير من الزبائن تجارب سلبية في هذا الصدد، حيث يسعى البائعون عموماً لسلب حق زبائنهم في الشكوى. ولهذا السبب يسعى الزبون عموماً في هذا السياق – بدافع من الخوف – للدخول بقوة في طريقة عرض شكواه. مرة أخرى: أعلم زبونك بشكل واضح تماماً، أنه – بعرضه لشكواه – إنما يتصرف بشكل سليم تماماً!

– الزبون يضخم الحقائق

استمع!

«كل ما تفعلونه خطأ!»، «ليس من ثمة شيء لديكم في الآونة الأخيرة يسير بشكلٍ سليم!».

ما هو تقليدي ونموذجي بالنسبة لشكاوى الزبون، إنما هو إضفاء الطابع العمومي عليها، من خلال استخدامه لمفردات مثل: «دوماً» أو «كل شيء» أو حينما يقول مثلاً: «لم يعد

يُنظر اليوم لوفاء الزبون لللبائع بعين الاعتبار على الإطلاق! في موقف كهذا افعل التالي: اجعل باطن يديك الاثنتين في وضعية توحى لزبونك من خلالها أنك متقبّل لسائر اتهاماته بكل رحابة صدر، في الوقت الذي تهزّ رأسك فيه مبدياً موافقتك لكل ما يقوله! فقط حينما يهدأ زبونك، تستطيع أن تسأله، متى كان ليحصل ذلك «دوماً»!

الزبون غير عادل

«لقد خدعتموني!» «لقد فعلتموها بي حصرأ - دوماً بنا نحن الصغار!» حينما ينوّه زبونك، في سياق حديثه، لضعف حيلته وقلة قدرته على تدبّر أمره، فاحذر هنا جيداً! لا تجادل زبونك هنا مطلقاً، وتجنّب عرض أية حجج منطقية، أو مبررات عقلانية، مثل «هل تستطيع أن تثبت ذلك؟»... إلخ. حاول هنا أكثر التطرّق بشكل عابر للملابسات المحيطة بالموقف، وبمجرد الوصف ليس إلا! حاول الابتعاد عن حقائق الأمور، واقترب أكثر من مخاطبة مشاعر الزبون وعواطفه التي تحرّكه آنياً، وفي هذا الموقف بالذات! إنه الأسلوب الوحيد الذي تفتح من خلاله معبراً تلتقي فيه بشكل إيجابي مع زبونك.

ليكن رد فعلك شعورياً
جداً

- تصرف زبونك غير سليم

«لم أكن لأتوقع ذلك منك، أنت بالذات!»، «هذا نموذجي فعلاً، فالنساء لا يمكن الوثوق بهنّ عموماً!»

المقاومة لا جدوى منها

حينما تسمع تلك العبارات، أو ما شابهها من زبونك، فاعلم تماماً أن أية مقاومة منك لا جدوى منها! إنه ربما الجزء الأكثر خطورة في أية شكوى. يمكن أن يصل الأمر بالطبع هنا إلى حدّ جرح شديد للمشاعر. ولذلك فما يلزمك خلال محادثة الشكوى، إنما هو قوة الأعصاب اللازمة لتجاوز هذه العقبة. وبطبيعة الحال فإنه ينبغي - بعد الانتهاء من موضوع الشكوى - التطرّق للدواعي التي أدّت من الأساس إلى جرح مشاعر الزبون، وتوضيح سائر المبررات له.

الزبون يريد قراراً سريعاً

عرض المساعدة

«أريد فوراً والآن التحدّث إلى المدير!»، الجهاز ينبغي إصلاحه بمنتهى السرعة. هل يريد الزبون بالفعل إنجازاً سريعاً للمهمة. إنه بلا شك، لا يود الانتظار طويلاً لحلّ المشكلة. هنا يتعلّق الأمر بشكل أساسي باختيار المفردات. مثال:

إن التعامل الموضوعي مع جوهر الشكوى يحتاج إلى أربعة أيام عمل. عبارة سيئة في البداية: «يا إلهي، هذا يستغرق وقتاً طويلاً، ينبغي عليك الانتظار أربعة أيام، فذلك ما لا يمكن إنجازه بوقت أقلّ، فأولاً وآخرأ لدينا قضايا أخرى تنتظر معالجتها!» هل بإمكانك أن تتصوّر هنا، كيف سيكون رد فعل زبونك؟

أما الأفضل فهو: «سنبادر على الفور لحلّ المشكلة، سأرسل الجهاز حالاً لقسم الصيانة، ويمكنك استعادته خلال أربعة أيام من الآن، فهذا واجبنا تجاهك حتماً.

الزبون يتوقّع استخداماً أمثلاً للسلعة

التوجّه نحو رغبات
الزبون

تجنّب أي إسهاب في عرضك هدفه تسوية المشكلة القائمة مع زبونك: «سأفكر عنك بما يناسب! سيخطر ببالي بكل تأكيد أشياء ممتازة!».

والأفضل من ذلك أن توضّح لزبونك أن ما يحصل عليه، يستحقه فعلاً، وبحيث تثبت له فعلاً أن مؤسستك تفي بوعودها تماماً. وأي شيء تفعله بالإضافة لذلك، ينبغي أن تبرزه وتوضّحه تماماً.

7 - لا أريد أن أخسرك!

وكما هو الحال عموماً، فالأمر الحاسم في محادثة الشكوى إنما هو الأسلوب السليم.

ولاستباق الأمور بعض الشيء: فمن لا يبدي أي اهتمام باستمرار العلاقة الزوجية مثلاً، أو بعلاقته مع الزبون، فهو لن يدخل بالتأكيد في أية مشاجرة كلامية، مهما كان نوعها، أو أنه سوف يتصرّف - على أقلّ التقديرات بشكل غير مهتمّ. ولكن كيف عساه سيكون سلوكك حينما يكون الأمر جدّيّاً فعلاً؟

لا أريد أن أخسرك!

أو:

أريد أن أرضي زبوني!

وجّه اهتمامك لزبونك

حينما يكون من ثمة سبب لأي نزاع، فعلى الزبون أن

يشعر بذلك، على نحو ينبغي معه السعي جدياً للحؤول دون خسارتك لزبونك.

أريد أن تكون الأمور أفضل

أو:

أريد أن يشعر زبوني باستعدادي الكامل لحل مشاكله! وحينما يتعلّق الأمر بمجرد حل المشاكل فلن يكون أحد راضٍ بشكل كامل تماماً.

رأيتك بي ينبغي أن يكون جيداً!

أو:

أريد أن أعطي صورة حسنة عن مؤسستنا!

ينبغي العمل، ليس فقط على حل مشكلة الزبون التي هي موضوع شكواه، وإنما العمل أيضاً على إعطاء الزبون صورة حسنة عن المؤسسة. ضع في حسابك الأمور التالية: ربما تكون النواحي الإيجابية التي تحملها الدعاية معها مستنفذة إلى حد ما. ماذا سيبقى: بالطبع ليس سوى إدارة حسنة وإيجابية لشكوى الزبون.

لديّ هدية لك!

أو:

ينبغي أن أدرس بدقّة ماهية الدوافع من ناحية، وحجم الجهود والنفقات من ناحية أخرى، القائمة في تلك العلاقة.

بالطبع، يبالغ المرء بعض الشيء حينما يطلب «خاتم الماس» كاعتذار لمجرد اتهامه لأحد ما ممن يخصّونه بأنه «خرج متأخراً جداً من صالة السينما!».

إن التصرف الحازم في إدارة الشكوى أهم من اللباقة المبالغ فيها أو سائر المحاولات غير اللائقة وغير المناسبة لإصلاح الأمور.

**أنا مستعد لأن أتعلّم من أخطائي
أو:**

شكراً جزيلاً على إشارتك لنقطة الضعف هذه!

ثمة فرصة تكمن بالطبع في أية شكوى مقدّمة وواضحة، لتحسين الوضع القائم داخل المؤسسة. ولهذا السبب نجد موضوع الشكاوى في بعض المؤسسات أمرّاً يخصّ المدير، سواء من حيث مجرد الاطلاع، أو من حيث المعالجة الجذرية!

**طالما أنك تشكو، فأنت تحبّني حتماً
أو:**

تدلّ شكوى الزبون ومطالباته المستمرة بشكل عام على اهتمامه باستمرار علاقة العمل فيما بينه وبين البائع! إنه بلا شك المنطق الأسمى لأية شكوى: فالمرء لا يشكو إلاّ حينما يكون مهتماً عموماً باستمرار العلاقة. وحينما لا يكون الأمر كذلك، فهو سيّجّه بالتأكيد نحو مورّد جديد.

هكذا الأمر، وبكل بساطة.

هل ترغب أن نعقد صلحاً فيما بيننا؟

أو:

أية شكوى أو مطالبة هي حجر الأساس للصفقات القادمة،
ولتوسيع نطاق العلاقات المتبادلة!

حينما تتم معالجة نزاع ما وحله، فمن المفيد هنا بالتأكيد
إبرام صلح متبادل يهدف إلى تجديد العلاقة المتبادلة. إنها
لحظات مثيرة فعلاً!

حينما تنتهي الشكوى برضا الزبون واستحسانه للحل الذي تم
الوصول إليه، فمن المفيد حتماً أن تسأله فيما لو كانت تلك
التجربة الإيجابية ستعمل على تقوية العلاقات المتبادلة
وتوطيدها، أو فيما لو كان بإمكانه أن يتصور نفسه ناصحاً
للآخرين ممن يعرفهم لأن يكونوا زبائن جددًا للمؤسسة.

والآن، وبعد أن تطرّقنا معاً لذلك الموضوع الشائك المرتبط
بشكاوى الزبون، أود وإياك أن نتعرّض الآن لمفاهيم ثلاثة،
هي على جانب حساس من الأهمية في رأيي.