المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي
National Center for Non-Profit Sector

جمعية اسكان طلعة التمياط
ترخيص برقم 1568

تقرير معالجة شكاوى واستفسارات ومقترحات المستفيدين

لجمعية إسكان بطلعة التمياط

التمهيد :

تهدف جميع المؤسسات الأهلية إلى تحقيق أفضل المخرجات وتقديم خدمات ومنتجات ترضي جميع عملائها، 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 الشكاوي والاستفسارات ، وفي ظل تعدد واختلاف طبيعة احتياجات العملاء ، فإنه يقع على عاتقنا ضرورة التعامل مع الشكاوي 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 وتتفهم متطلباتهم بالإضافة إلى تحديد قنوات وإجراءات الشكاوي والاستفسارات والاستفادة من النتائج ، بالإضافة إلى مراقبة أداء وكفاءة آلية التعامل مع الشكاوي والاستفسارات سيوضح هذا التقرير القواعد والإجراءات والمؤشرات التي تمكنهم 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 وإيجابية مع شكاوى العملاء، وتسعى لتحويل هذه شكاوى إلى صفقات رابحة.

أولاً : نصائح للتعامل مع شكاوى العملاء :

ويتضمن الجدول التالي بعض النصائح التي قدمتها "فوربس" 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 :

م	الاستراتيجية	الشرح
١	الصدق	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.
٢	تحويل الشكوى إلى فرصة	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 جزءًا من تقنيات التسويق وعندما يتم ذلك بشكل صحيح، تكتسب الجمعية المزيد من العملاء الذين يتوقون للمشاركة ومعرفة المزيد عن منتجاتها.
٣	الاستماع إلى رغبات واحتياجات العملاء	يحتاج العملاء من يستمع لما يقولونه بانفتاح واهتمام سواء كان يتضمن اعتراضات أو شكوى أو رأيا إيجابيا 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 .
٤	مساعدة العملاء على اتخاذ قرارات ذكية	يتعامل معظم محترفي علاقات المستفيدين مع شكاوى العملاء بإجابات جاهزة مسبقًا، 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 مستشارًا موثوقًا به بالنسبة للعملاء.

٥	تفضيل مصلحة العميل على الجهة	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.
٦	طرح الأسئلة	تتمثل إحدى طرق التعامل مع شكاوى العملاء ليس فقط في معالجة المخاوف الفورية ولكن أيضًا في طرح الأسئلة لمتابعة الحديث وفهم احتياجاتهم بشكل أفضل. 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 وأيضًا لمعالجة استباقية لمشكلات مماثلة مع العملاء المحتملين.
٧	إظهار التفاهم	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.
٨	استخدام الشكوى كأداة لمراقبة الجودة	تعتبر شكوى العملاء جزءًا حيويًا 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 اللازمة عند الحاجة لذلك.
٩	تقديم عروض لتصحيح الموقف	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.

١٠	التفكير في المشكلة من وجهة نظر العملاء	يُنصح بالاستماع والإنصات إلى العملاء إلى أقصى حد قبل طرح المزيد من الأسئلة، والتأكد من فهمهم ورؤية 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.
١١	تذكير العملاء بالأهداف	أحيانًا ينسى العملاء هدفهم الرئيسي ، وهنا قد يكون من المفيد التعامل مع شكوى العملاء من خلال إعادتهم إلى أهدافهم والسؤال عما إذا كانت شكواهم تتماشى مع أهدافهم أو تأخذها بعيدًا عنها.
١٢	استقبال الأسئلة بصدر رحب	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 وضوحًا بين الجمعية والعميل في المستقبل.
١٣	التحقق من صحة مخاوف العميل	يجب النظر إلى شكاوى العملاء على أنها فرصة لتمييز الجمعية كشريك موثوق به، ويمكن القيام بذلك عن طريق التحقق من صحة المخاوف التي أعرب عنها العميل، وطرح أسئلة لتوضيح وفهم أفضل من أين أتوا، والاستماع بفاعلية، ومن ثمّ تقديم حل محتمل أو طريق بديل يساعد في تخفيف هذه الشكوى.
١٤	تقديم حل مناسب	بمجرد إدراك الجمعية لجذور المشكلة التي تسبب الشكوى للعميل، يجب حينها القيام بتقديم حل فعال ومناسب، وذلك عن طريق طرح أكبر عدد ممكن من الأسئلة لفهم شكواهم واحتياجاتهم المستقبلية ومدهم بما يناسبها من حلول.
١٥	التعاون مع العملاء	تسمح الشكاوى لتعاون الجمعية مع العميل لحل المشكلة معًا، مما يؤدي غالبًا إلى نتائج أفضل وولاء أعلى للعملاء، وحينها يمكن النظر إلى الشكاوى بإيجابية لأنها تتيح مساحة لتحديد المشكلات المحتملة ومعالجتها، وتنمي حوارًا صادقًا وقيّمًا حول احتياجات العميل وكيف يمكن لخدمات الجمعية ومنتجاتها رضا العملاء في المستقبل بشكل أفضل.

ثانياً : مؤشرات الأداء :

نظراً لأهمية متابعة شكاوي 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 شكاوي العملاء .

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

٢. قياس رضا المتعاملين :

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

ثالثاً : التقارير :

يجب على الجمعية إعداد التقارير الخاصة بمتابعة الشكاوي والملحوظات والتي ستستند عليها لوضع الحلول والمقترحات التحسينية ، والتي تتمكن الجمعية من خلالها من معرفة فرص التحسين وتحديد الخدمات والإجراءات التي تتركز عليها شكاوي وملحوظات المتعاملين :

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

٢. تقارير سنوية : إعداد تقرير سنوي يتضمن تحليلاً رقمياً شاملاً بعدد الشكاوي وتصنيفاتها وفقاً لنوعها وعدد الحالات قيد المتابعة ودرجات المتابعة والردود التي تلقتها لجنة الشكاوي ومدى درجة استجابة الأقسام والجهات المختصة مع وضع التوصيات والمقترحات 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 الشكاوي على موظف في خدمة معينة أو شخص معين حتى يتم اخار الإدارة لاتخاذ ما تراه مناسباً .

رابعاً : الاستفسارات :

١/٤/١الهدف :

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 .

٢/٤/١: 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 ، وإعطاء جميع الاستفسارات نفس الاهتمام دون التأثير بطر تقديمها ، وعليه يجب تفعيل قنوات استقبال استفسارات العملاء وذلك لتحقيق رضاهم والعمل على تحسين الخدمات المقدمة كما هو موضح :

١. الخضور الشخصي للجمعية .

٢. الاتصال بالجمعية (مقدم الشكوى) .

٣. التواصل عبر الموقع الالكتروني .

٤. البريد الالكتروني .

٥. وسائل التواصل الاجتماعي .

٣/٤/١: 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 وآلية 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 .

٤/٤/١: 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 لمقد الاستفسار بالرقم المرجعي والشكر على تقديم الاستفسار .

٤. تحويل الاستفسار للقسم المختص .

٥. في حال تكرار الاستفسار عن خدمة 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 الشكاوي .

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

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

١. التمهيد :

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

يقدم هذا التقرير تحليلاً حول الشكاوي والملحوظات والاستفسارات التي قدمها المستفيدين وطالبي الخدمة خلال النصف الأول من العام المالي ٢٠٢٣م ، حيث يتألف التقرير من ثلاثة فصول ، ففي الفصل الأول يتحدث عن الاستراتيجيات التي تعمل عليها الجمعية في التعامل مع شكاوي واستفسارات المتعاملين مع خدمات الجمعية والفصل الثاني يتطرق إلى مؤشرات الأداء وآليات التعامل مع شكاوي واستفسارات المستفيدين والفصل الثالث يتناول تقرير شكاوي العملاء واستفساراتهم التي تم استقبالها ومعالجتها من إدارة المعرفة حيث بلغ عدد الشكاوي 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 شكاوي العملاء وتحيد الممارسات الخاطئة والمجحفة بحقهم - إن وجدت - كما يسلط التقرير الضوء على الشكاوي التي يكون العملاء غير محقين في شكواهم 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 لمستفيدين جدد تحت الدراسة و(١٤٢) طلب لدعم في مشاريع إغاثية تدعمها الجمعية وكذلك (٦٠) شكوى واستفسار عن أسباب أغلاق ملف مستفيد ، وكذلك (٣٦) طلب لمستفيدين في برنامج الصيانة والترميم .

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

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

٣. شكاوي واستفسارات العملاء حسب طبيعة الشكوى :

يتناول هذا الجزء تحليل شكاوي العملاء حسب طبيعة الشكاوي والاستفسارات ، وتوفر الجمعية كافة السبل والوسائل الممكنة التي تتيح للعملاء إمكانية تقديم الشكاوي والاستفسارات بكل يسر وسهولة ، ومن خلال تحليل شكاوي 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 لتلقي أغلب الشكاوي وبهذا الخصوص نود الإشارة أن الإدارة التنفيذية وقيادات البحث والإسكان تستقبل مكالمات وشكاوي المستفيدين وتسجيلها واتخاذ الإجراءات اللازمة بخصوصها .

م	الشكوى حسب احتياج العميل	عدد الشكاوي والاستفسارات	وسائل تقديم الشكوى	النسبة المئوية
١	فتح ملف جديد	85	الاتصال الهاتفي بالجمعية	٣٠,٧٪
٢	مساعدة زواج وسداد فاتورة كهرباء	100	الحضور الشخصي	١٥,٨٥٪
٣	مساعدة عاجلة تفريج الكرب	42	الموقع الالكتروني للجمعية	٧,١٩٪
٤	أسباب اغلاق ملف مستفيد	60	الجهات الحكومية	٢٧,٢٣٪
٥	صيانة وترميم	36	وسائل التواصل الاجتماعي	١٥,٧٥٪
٦	أخرى	٥	أخرى	٣,٢٨٪
		323	المجموع	١٠٠٪

٤. تحليل الشكاوي الواردة للجمعية :

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

أظهرت التقارير أن العدد الإجمالي لشكاوي 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 الشكاوي المتعلقة بطلب تسديد فاتورة الكهرباء بنسبة (٢٥٪) من اجمالي الطلبات وطلبات إعانة الزواج وغرف النوم بنسبة (٩,٦٥٪) وطلبات رفع فئة المستفيد بنسبة (١٤٪) وفتح ملفات جديدة بنسبة (١٣,٦٩٪) ، والجدول التالي يبين الشكاوي الواردة للجمعية وتوزيعها خلال النصف الأول من العام المالي ٢٠٢٣م .

م	موضوع الشكوى والاستفسار	عدد الشكاوي والنسبة		طبيعة الشكوى
١	الخدمات الالكترونية	18	%40.90	طبيعة استخدام الخدمات الالكترونية .
٢	شروط التعامل	8	%18.18	شروط الحصول على الخدمة .
٣	بيئة العمل	3	%6.81	التأخر في الحصول على الخدمة ، وعدم تجاوب الموظف في تقديم الخدمة ، ومكان العمل .
٤	سلوك التعامل المهني	3	%6.81	رفض تقديم الخدمة ، وسلوكيات الموظفين وصعوبة الاتصال معهم .
٥	الشكاوى الأخرى	5	%11.36	الشكاوى الأخرى المتعلقة بالاستعلام عن التحويلات البنكية .
٦	تسويق المنتجات والخدمات	7	%15.90	الإعلان ، وضوح آلية الحصول على الخدمة ، النشر الإعلامي .
	المجموع	44	%100	