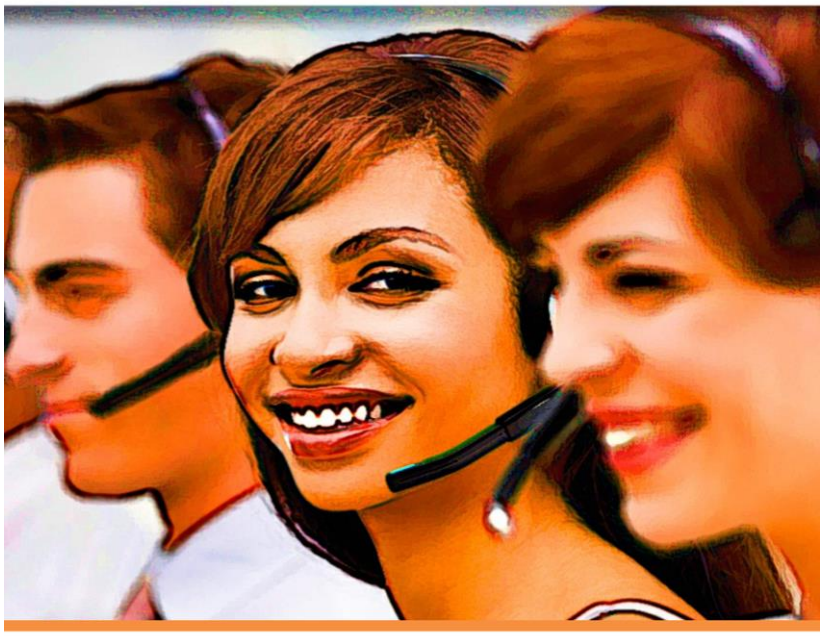
د پیرودونکو پاملرنه

جان اکینسن

ژباړه : میراحمد یاد



Download from:aghalibrary.com

د پېرودونکو پاملرنه

Customer Care

فرانک اکینسن

میراحمد یاد

کلکین | دروازه | نمای شیشه

کیفیت المونیم و PVC

دا کتاب به درسره د خرڅلاو په ښه کولو کې مرسته وکړي

ددې کتاب لیکوال فرانک اکینسن نومیږي او د خرڅلاو د روزنې یوې مشورتي اداري بنسټګر او مشر دی. فرانک دغه اداره په ۱۹۸۹ ز کال کې جوړه کړې او تر دې دمه یې د خرڅلاو په برخه کې د نړۍ په کچه زرګونه بریالي پلورونکي روزلې دي.

فرانک د BUPA په نوم د صحي بیمې یو شرکت سره کار کاوه، فرانک د دلته د ملي خرڅلاو د روزنې د برخې مشر و، همدلته یې پربکړه وکړه چې خپله اداره جوړه کړي، فرانک د یوې داسې ډلې مشري کوله چې د اروپا په کچه د خرڅلاو روزنې په برخه کې ډېره مشهوره او بریالي ګڼل کېده.

د خرڅلاو د روزنې همدې مشورتي اداري یوه ویب پاڼه (www.salestraining.co.uk) هم لرله چې ډېر شمېر مینه وال او لیدونکي یې لرل، د فرانک دې شرکت د نړیوالو پیرودونکو یو اوږد لیست درلود.

فرانک د څو مجربو ټرینرانو یا روزونکو یوه قوي ډله لرله، دې خلکو ډېرو فابریکو کې د خرڅلاو د لوړېدا لپاره زرګونه خلک روزلي وو، ددوی دغه مسلکي کورسونه خلکو ته ډېر په زړه پورې وو.

په دې کتاب کې فرانګ د خرڅلاو روزنې په برخه کې خپلې پراخه تجربې شریکې کړي او هڅه یې کړې چې هغه په عملي ډګر کې تر خپلو لوستونکو ورسوي، هیله ده چې لوستونکي به ګټه تري واخلي.

د پیرودونکو پاملرنه

ددې کتاب یوه موخه دا ده چې تاسو د پېرودونکو پاملرنې څانګې په ارزښت پوه شئ، چې دا خدمتونه ولې تر هر څه ډېر ارزښتمن او مهم دي، تر څنګ به يې دا هم زده کړئ چې که دې برخې ته جدي وګورئ؛ نو خپلې سوداګرۍ ته څنګه پراختيا ورکولای شئ.

په دې کتاب مو هڅه کړې چې لاندې پوښتنې ځواب کړو:

- **د پېرودونکو پاملرنه څه ته وايي؟**
- **ولې مهمه ده؟**
- **څنګه يې عملي کولای شو؟**

۱) د پېرودونکو پاملرنه ولې مهمه ده؟

هغه شرکتونه او ادارې رايادې کړئ چې تاسو ته يې د يوه پېرودونکي په توګه ښه خدمتونه وړاندې کړي وي. مور ټول ځينو ادارې ډېرې خوښوو، ځينې ادارې شته چې مور يې هر ځای کې صفت کوو، برعکس ځينې نورې مو نه خوښيږي، که يې چاته غيبت ونه کړو، خپله ترې ښه نه وړو، ددې لامل څه دی؟ لامل يې دا دی چې له دې ادارو يا شرکتونو ښه خاطره نه لرو.

مور دلته په هستوګنه سيمه (نيويارک) کې د لبنياتو يوه وړه هټۍ لرو، په دې هټۍ کې درې کسان کار کوي. خدمات يې له نشت نه ښه دي، که داسې يو څه وګورئ چې مخکې مو نه وي تجربه کړي؛ نو دوی ترې څکه درکوي. که تاسو کوم څه ترې وغواړئ او دوی هماغه توکی ونه لري؛ نو يو بل څه درکوي، دا توکی بيا ښه او ګټور وی، يعنی ستونزه مو حل کوی.

شرکتونه چې څومره لویږي هومره یې چارې ډېریږي، دې سره دا هم ستونزمنه شي چې پېرودونکو ته دې تر ټولو ښه خدمات په ښه توګه وړاندې شي. دلته زما د خوښې یوه بله مغازه هم شته، دا مغازه (Pret a manager) نومیږي او خوراکي توکي پلوري. زما دا مغازه خوښیږي، دلیل یې زما خپله شخصي تجربه ده، ددوی توکي تازه وي، پرسونل یې مرستندویه او ملګری وي، چاپېریال یې پاک وي او حفظ الصحه مراعتوي. دوه نورې مغازې هم شته، زه فکر کوم چې که دوی ته د پېرودونکو د غوره خدمتونو جایزه ورکړل شي؛ نو حق یې دی، دا مغازې Waitrose او John Lewis نومیږي.

شرکتونه، اداري، مغازې... دا ټولې هڅې ددې لپاره نه کوي، چې دا ګڼي ډېر ښه کار دی، یا یې دوی د خدای لپاره کوي، دا ټولې هڅې او هلې ځلې یو دلیل لري، یوه پایله لري او پایله یې دا ده چې خرڅلاو یې زیاتیږي، پېرودونکي ترې خوشاله کیږي او یو ځل چې ترې سودا وکړي؛ نو بیا ټول عمر یا د اوږدې مودې لپاره له همدې ځایه سودا کوي.

کیفیت المونیم و PVC

د پېرودونکو پاملرنه داسې تعریفولای شو:

کورنیو او بهرنیو پېرودونکو ته د لوړو کیفیت خدمتونو وړاندې کولو پروسې ته د پېرودونکو پاملرنه یا Customer care وایي. د پېرودونکو د پاملرنې پایله دا ده چې په لوړه کچه رضایت یې ترلاسه شي، دا کار ددې لامل کیږي چې د

شرکت او پېرودونکي تر منځ (پېر او پلور یا خرڅلاو) اوړدمهاله اړیکه رامنځته شي.

که شرکتونه غواړي چې خپلو پېرودونکو ته د لوړ کیفیت خدمتونه وړاندې کړي لاندې ځانګړنې باید ولري:

- د لوړ معیار هغه توکي او خدمتونه وړاندې کول، چې د لوړې بیې ارزښت ولري.
- تر خرڅلاو وروسته[1] معیار خدمتونه وړاندې کول.
- پوه، روزل شوی، ملګری او مرستندویه پرسونل.
- د پېرودونکو پوښتنو، غوښتنو او اړتیاوو ته مثبت ځواب ورکول.
- د (نه شم کولای) پر ځای د (کولای شم) خبره کول.
- د لا ښه کېدا په موخه د خپلو خدمتونو کیفیت لیدل، څارل، تلل او ارزول.
- په خپل ځان د مثبتې نیوکې وړتیا لرل، یا خپل ځان نقدول.

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت الومنیم و PVC

۱.۱ د اړیکو مرکز (Call Centre) تجربه

مور ټول پېرودونکي یو، پېر کوو، بانکونو ته ځو، له بې شمېره لویو او وړو ادارو توکي او خدمتونه ترلاسه کوو او ددې ټولو خدمتونو په اړه یو فکر او نظر هم لرو. د ټکنالوجۍ په ډګر کې وروستیو پرمختګونو ډېرو ادارو ته دا وړتیا ورکړه

[1] After-sales Service

چې مرکزي شي او تر منځ يې مفهامې او مکالمې زياتره وخت د موبايل او برښنالیک په وسیله ترسره کیږي.

مور هر یو په ژوند کې له یوې ستونزې سره مخ کیږو، کله موبایل کار نه کوي، کله ټلویزیون خراب وي، کله څه او کله څه ستونزې لرو، خو فکر مو کړی چې د ستونزې د حل لپاره چا سره اړیکه ونیسو او مرسته ترې وغواړو؟ هو مور اړونده برخو نه مرسته غواړو، خو د هغه کس په اړه څه فکر کوو چې مرسته راسره کوي؟ مور له څه ډول انسانه د مرستې تمه لرو؟ داسې انسان چې ښه اخلاق ولري، ښه چلند وکړي، خوي يې نرم وي، په خبره پوه وي او تر ټولو مهمه دا چې مور ته دا باور راکړي چې دغه کس په ربښتیا هم زمور ستونزه زر او لنډ وخت کې حل کولای شي.

ځینې خلک ښایي فکر وکړي چې پېرودونکي ګڼي بیو ته ډېر ارزښت ورکوي، خو داسې نه ده، ځېرنو ښودلې چې زیاتره خلک د بیو پر ځای خدمتونو ته ډېر زیات ارزښت ورکوي. مور خپله ورځنۍ تجربه هم لرو، ځینې شرکتونه، اداري، بانکونه او هټۍ که ډېر بد چلند نه کوي؛ نو چلند او خدمتونه يې ډېر ښه هم نه وي.

" ملګرو سره زیاتره اونۍ کې یو ځل کښنو، له ښاره لږ لیرې یو هوټل دی، خدمتونه يې ډېر ښه دی، خلک يې با نزاکته دي، کار زر کیږی، خبره اوري او په خبره پوهیږي، برعکس د ښار منځ کې یو بل هوټل دی، دلته ودانۍ ښه ده، ډیکوریشن ښه دی، فضا ښه ده، مشهور دی، خو خدمات يې ښه نه دی، ملګرو پرېکړه وکړه چې نور ورته نه راځو، خپلو کې مو وویل چې ښه هوټل یې

جوړ کړی، که يې خدمتونو همداسې کمزوري وي سقوط به شي او زموږ خبره تر يوه حده رښتيا هم ده. ژ"

تاسو په وروستي ځل د اړيکو مرکز سره اړيکه نيولې ده؟

د دې مرکز له خدمتونو څومره راضي يئ؟

د اړيکو مرکزونه دې ډېر شي، خو زه يې له دغو کارونو سره سخت وران يم او بد مې ترې راځي:

- درسره له خبرو مخکې به دې په تمه ساتي.
- درسره له خبرو مخکې به وايي چې فلانۍ تنې کيکاړئ، تاکنې به درکوي.
- ته چې ورته په تمه يې، دوی به درته سندره يا سوداګريز اعلانونه چالان کړې وي.
- زياتره وخت وايي چې د ستونزې د حل لپاره ويب پاڼې ته مراجعه وکړئ، لامل يې دا دی چې په دې کار کې يې ګټه ده، ويب سايټ يې پيسې ګټې.
- خبری درته سختوی، له دی امله ستونزی سمی نه بيانيږی.

- دوی وایي چې ستاسو اړیکو زمور لپاره ارزښت لرونکې ده، خو داسې چلند به کوي لکه دروغ چې وایي، که رښتیا ورته ارزښت لرو؛ نو کارکوونکي دې زیات کړي.
- یوه کس سره دویم ځل خبرې نه شې کولای، زیاتره وخت یوه سره نیمې خبرې وشي، اړیکه پرې شي، چې بیا زنګ وهې بل څوک وي، موضوع به بیا له سره کوې او تکرار... .
- زیاتره وخت د معلومات په بیا ورکولو توند ټینګار کوي.
- زیاتره وخت یې د کارکوونکو شمېر کوي، اړیکې نه شي ځوابولای.
- زیاتره کارکوونکي یې ټولنې، کلتور او خلکو سره بلد نه وي، نه پوهیږي چې څنګه خبرې وکړي.
- د چا په کیسه کې نه وي.

دا خبرې او چلندونه یوازې د اړیکو تر مرکزونو محدود نه دي، په حقیقي چاپېریال کې هم ځینې خلک ډېر ترخه، بې نزاکته او بې مرسته وي. نه ! دا بد خلک نه دي، دوی ملامت هم نه دي، ځکه دوی سم نه دي روزل شوي، ښه مدیریت یې نه دی شوی او د کارونو فشار پرې ډېر زیات وي. زیاتره وخت ګورو چې په ځینو ادارو کې کارکوونکو سره خبره کیږي، په دویمه یا درېیمه خبره کې یې چلند تریخیږي او داسې فکر کوو، چې ګنې رانه ستړی شو.

د زیاتره سترو ادارو او شرکتونو مشران په ناستو، رسنیو، شعارونو او تبغلیاتو کې همدا وایي چې: (مور په خپلو پېرودونکو ډېر تمرکز کوو، ډېر پام ورته کوو) یا دا چې وایي: (زمور پېرودونکی زمور ستره سرمایه ده.)

خو دوی رښتیا نه وایي. پېرودونکو ته ښه خدمتونه هله وړاندې کیدای شي چې په اداره کې د لوړې کچې مدیریت Top Management یې پرېکړه وکړي. دوی د کارکوونکو په روزنه پیسې مصرفوي، ښه مدیریت یې کوي او د هغوی کړنې او کارونه څاري. په دې برخه کې د خلکو نظر Feed back هم مهم دی، په دې اړه پوښتنې او معلومات له هغو پېرودونکو او کارکوونکی کیدای شي چې کمزورو خدمتونو او ناسمو چلند سره مخ شوي وي یا مخ کیږي.

د پېرودونکو خدمتونه ولې مهم دي؟ د CBI(Confederation Of British Industry) په نوم اداري ۲۰۰۹ ز کال کې یوه سروې کړې وه، دوی هڅه کړې وه چې د پېرودنکو د خدمتونو په ارزښت ځینې دلایل پیدا کړي، پایلې یې داسې وې:

- په لسو کې یوه پېرودونکي ته د شکایت موقع په لاس ورځي او شکایت کوي.
- هغه پېرودونکي چې ستونزه یې تجربه کړې، که یې رسمي شکایت کړی وي که نه، خو له ۸ تر ۱۵ نورو کسانو سره یې شریکه کړې.
- په لسو کې نهه هغه کسان بیا ځله له هغه ځایه په ښه زړه سودا نه کوي، چې شکایت یې کړی او مثبت ځواب یې نه وي ترلاسه کړی.
- لسو کې نهه هغه کسان چې شکایت یې کړی وي او مثبت ځواب ورته ویل شوی وي، بېرته له هماغه پخواني ځایه سودا کوي او رضایت یې د پخوا په پرتله زیات شوی.

- د نوي پېرودونکي ترلاسه کول د زاړه له ساتلو پنځه چنده ډېر مصرف غواړي.

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC

Saleem karwan Avenue,
Opp to Kabul private high school.
kaifyaat@gmail.com
Fb: Kaifyaatpvc

۲.۱ : د پېرودونکو د خدمتونو مسئول څوک دی؟

د پېرودونکو خدمتونه د هر یو تن مسئولیت دی. پیل یې له لوړپوړو چارواکو کیږي، هغوی اړوند مدیر ته وایي چې ستراتیژي جوړه کړي، په دې ستراتیژۍ کې د پېرودونکو خدمتونو ته ځای ورکول کیږي، دوی اړونده څانګه پوهوي چې د پېرودونکو خدمتونه د سوداګرۍ د ودې لپاره ډېر مهم دي، په دې برخه ټینګار کوي او هڅه کوي چې په هر کچه یې د خپل اداري کلتور یوه برخه وګرځوي.

د لوړپوړو اداري چارواکو مسئولیت دا دی چې نبه لارښوونه وکړي او خپل کارکوونکي په دې پوه کړي چې د پېرودونکو خدمتونه په راتلونکي کې د دوی د سوداګریزې ودې او پراختیا اصلي عنصر دی. عامه یا ټولګټې اداري هم باید د پېرودونکو د خدمتونو په ارزښت پوهې شي او ټولو غړو ته یې د همدې ارزښت سره سم اصول او مقررات وضع شي.

ریټز کارلن Ritz Carlon د هوټلونو یوه ټولګه ده، دوی په ټوله نړۍ کې ۷۳ هوټلونه او نږدې ۳۸۰۰۰ کارکوونکي لري، دوی پېرودونکو ته خدمتونو وړاندې کولو کې بیخي حساس دي، خپل نظریات کارکوونکو ته داسې بیانوي:

ریټز کارلن هوټل داسې یو ځای دی چې د پېرودونکو پاملرنه او هوساینه پکې زمونږ تر ټولو ستره موخه ده.

مونږ ژمنه کوو چې خپلو پېرودونکو ته به تر ټولو نبه خدمتونه وړاندې کوو او زمونږ مېلمانه به خونږ، صمیمي، تود او په زړه پورې چاپېریال لري.

د ریټز تجربې او خاطرې احساسات ښایسته کوي، او حتی د مېلمنو ناڅرګندې هیلې او غوښتنې هم پوره کوي.

شعار :

په ریټز هوټلونو کې (موږ اغلې او ښاغلي د اغلو او ښاغلو مېلمه پالنه کوو.) له دې شعاره ښکاري چې ددې هوټلونو پرسونل له تمې سره سم خدمتونه وړاندې کوي.

درې ډوله خدمتونه

۱) د مېلمه په نامه تود ښه راغلاست.

۲) د هره مېلمه په غوښتنو پوهېدل او هغه پوره کول.

۳) خوږه خدای په امانې، د مېلمه نوم اخیستل ورسره صمیمي خدای په امانې.

د خدمت ارزښتونه: زه ویاړم چې ریټز کارلن یم.

۱) زه ژورې اړیکې جوړوم او د ریټز هوټل مېلمانه تلپاتې کوم.

۲) زه د خپلو مېلمنو د ټولو څرګندو او ناڅرګندو اړتیاوو او غوښتنو مسئولیت لرم.

۳) زه ددې لپاره ګومارل شوی یم چې خپلو مېلمنو ته خوږې، خوندورې، بې ساري او تلپاتې خاطرې ورکړم.

٤) زه د بریا د اصلي فکتورو په ترلاسه کولو خپله ونډه پېژنم.

٥) زه هغه فرصتونه لټوم چې د ریټز تجربې او خاطرې ښې او خوندورې کړم.

٦) زه د مېلمنو ستونزې خپله او سمدستي حلوم.

٧) زه د ډله ایز کار Team work لپاره زمینه برابروم او تر څنګ یې خپلو مېلمنو ته خدمتونه وړاندې کوم.

٨) زه دا فرصت لرم چې پرلپسې زده کړه او وده وکړم.

٩) زه په هغه کاري پلان کې دخیل/دخیله یم، چې پر ما اغېز کوي.

١٠)زه په خپل مسلکي چلند، ژبې او کار ویاړم.

١١)زه د خپلو مېلمنو، همکارانو، شرکت، اسنادو او ګټو امنیت او خوندیتوب ساتم.

١٢)زه د چاپېریال د پاک، هوسا او ارام ساتلو مسئول/ مسئوله یم.

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC

Saleem karwan Avenue,
Opp to Kabul private high school.
kaifyaat@gmail.com
Fb: Kaifyaatpvc

۳.۱: موخې او اجراتو معیارونه ټاکل

که اشخاص، ځانګې او ادارې غواړي چې تر ټولو ښه خدمتونه وړاندې کړي؛ نو لومړی باید په دې پوه شي چې شته خدمتونه د کیفیت له مخې څنګه وتلي؟ دغه معیارونه د اجراتو د تللو یا ارزولو لپاره دي، له دې د رضایت کچه معلومیږي او همدا مور ته په ګوته کولای شي چې زمور پېرودونکي زمور له خدمتونو څومره راضي دي.

ځان د پېرودونکو پرځای وګڼئ، تاسو چې کوم خدمتونه وړاندې کوئ، پېرودونکی مو د هغې له مخې دا احساس کوي:

- غوسه
- مرور
- لږ ځوربدلی
- بې تفاوته
- لږ خوښ
- خوښ
- هېجاني

تاسو څه فکر کوئ چې په دې کې به کوم یو زمور سوداګرۍ سره ډېره مرسته وکړي؟ که څه هم هېجاني د لیست په سر کې راځي، خو ورته رسېدل ښایي ډېر مزل وغواړي، په هر صورت که زمور ټول پېرودونکي خوښ وي او زمور له وړاندې کړیو خدمتونو راضي وي؛ نو دا زمور د بریا او پرمختګ کې لویه وندې لرلای شي.

کیفیت المونیم و PVC
کانتر | دروازه | نمای شیشه

یوازې دا بس نه دي چې مورږ ووایو مورږ تر خپله حده هڅه کوو، خدمتونه مو لوړ او ښه کړو، ځکه تر څو چې څرګندې موخې او معیارونه نه وي ټاکل شوي مورږ به څه پوه شو چې زمورږ وړاندې کړي خدمتونه څومره ښه دي یا یې څومره نور ښه کولای شو؟

د اجراتو لپاره معیارونه باید داسې وي لکه:

- هر یو تن ټیلیفون ته د ځواب ورکولو مسئولیت لري.
- ټیلیفون باید تر څلورو زیات زنګونه ونه وهي (تر څلورو زنګونو مخکې ځواب شي.)
- څوک چې ټیلیفون ځوابوي د ستونزې د حل مسئولیت هم باید په غاړه واخلي.

د اجراتو د ګټورتیا لپاره معیارونه باید داسې وي لکه:

- د لاس رسي وړ
- د اندازې وړ
- زیار غوښتونکی
- اړوند
- وخت سره سم
- ثابت

کالکشن | دروازه | نمای شیشه
کیلیت المونیم و PVC

د لاس رسي وړ :

که داسې معیارونه وټاکو چې د ترلاسه کېدو وړ نه وي او انسان ورته نه رسیږي؛ نو بلاخره به خلک ستړي شي او هلې ځلې به بس کړي. نښه معیارونه هغه دي چې د خدمتونو د مسول کس له مسئولیت سره برابر وي او د سوداګرۍ ټولې غوښتنې او اړتیاوې منعکسې کړي.

د اندازې وړ:

معیارونه باید د اندازې وړ وي. دا اندازه په دې معلومیږي چې د یوې څانګې چارې ولیدل شي او معلومه شي چې د ټاکل شویو معیارونو له مخې څومره نښې پر مخ روانې دي. د ځینو معیارونو تلل سخت وي، مثلاً صمیمت او باور باید په لیست کې وي، خو ددې معیارونو له مخې د ځان او څانګې په اړه قضاوت نه شو کولای. عینې معیارونه بیا اسان وي، مثلاً موږ باید ټولې پوښتنلیکونه په دوو ورځو کې ځواب کړو. دا بیا تلل او مدیریت کیږي.

زیارغوښتونکي:

معیارونه مو چې څومره زیار غوښتونکي وي هومره به ډېر ورته رسېږو. که زموږ تمې لوړې وي که ټیټې وي، خو چې زیار مو ویستی وي؛ نو له اصلي پایلو نه نهیلي کیږو. عموماً اشخاص، څانګې او ادارې زیارغوښتونکي معیارونه ټاکي، لکه مکډونالډز،مارکس او سپینسر، دوی زیار کاږي چې نښه خدمتونه وړاندې کړي.

اړوند:

د اجراتو لپاره ټاکل شوي معیارونه باید د کورنیو او بهرنیو پېرودونکو او د ادارې له اړتیاو سره سم وی. مثلاً که د یوې اداری کارکوونکی له عامو خلکو سره هېڅ

ډول فزيکي اړيکه ونه لري او وغواړي چې د لباس يو ځانګړی معيار ولري؛ نو فکر کوم دا معيار يې بيخي بې ټراوه دی، ځکه دغه معيارونه د اداري کلتور برخه ده.

وخت سره سم

د اجراتو معيارونه وخت سره بدلېږي. ښايي نن يو معيار ښه وي، خو راتلونکي سره هېڅ سر ونه خوري. په معاصره نړۍ کې بدلونونه ډېر چټک راځي، ټکنالوجۍ خلکو کې د وړاندوينې امکان کم کړی دی، ښه به دا وي چې معيارونه هم وخت سره وليدل شي، و ارزول وشي او د وخت او حالاتو د اړتيا له مخې تازه شي.

ثابت

که څه هم هر کارمند بايد د خپل کار د اجرا لپاره يو معيار ولري او د هماغه معيار له مخې يې ترسره کړي، خو ځينې داسې معيارونه شته چې هغه بايد د ټولې اداري لپاره وي، په دغو معيارونو بايد هر تن پوه شي او مراعت يې کړي. مثلاً په انګلستان کې ټول پېرودونکي په يو ډول د لوړ معيار خدمتونه تجربه کوي.

دویم فصل

د پېرودونکو پاملرنه عملي کول

زیاتره اداري د پېرودونکو پاملرنې پروګرامونه عملي کړي، خو پکې ناکامیږي. زمونږ بانک هم څو کاله مخکې یو طرحه عملي کړه، دوی یو کارټون جوړ کړ، د هغه په لاس کې به یوه پاڼه و او په پاڼه به د بانک د اداري نوې پرېکړې لیکل شوې وې.

ما دا پاڼې لوستې وي، زیاتره وخت به مې ددوی په هغه مشهورو څانګو کې په داسې حال کې لوستلې چې د ډوډۍ وخت به و، زه به د لسو تنو پسې شاته قطار کې ولاړ وم او یوازې دوو صرافانو به کار کاوه.

د پېرودونکو د پاملرنې پروګرامونه عملي کول، د کارکوونکو روزنې او پېرودونکو سره اړیکو او خبرو اترو ته اړتیا لري، ددې تر څنګ دا اړتیا هم پېښېږي چې سرچینې ولري، اداره یې وڅاري وېې ارزوي او اوږدمهالې ګټې یې وسنجوي.

۲.۲ پېردونکي پېژندل

لومړی باید دې پوښتنې ته ځواب پیدا کړو چې: (زمونږ پېرودونکي څوک دي؟) که غواړو چې د لوړ کیفیت لرونکې خدمتونه وړاندې کړو نو لومړی باید پوه شو چې زمونږ پېرودونکي څوک دي؟ تر ټولو څرګند ځواب یې دا دی: هغه خلک چې زمونږ توکي او خدمتونه پېرې یا اخلي. په هر صورت، که پېرودونکی غواړي چې د لوړ کیفیت خدمتونه ترلاسه کړي، نو په اداره کې دننه ټولې څانګې باید ددې موخې لپاره په ګډه کار وکړي، مثلا:

- د خرڅلاو څانګه باید پېرودونکی وپېژني او توکی پری وپلوری.

- فرمایشات باید پوره شي.
- حسابونه باید مدیریت شي.
- ټولې څانګې باید له یو بل سره اړیکې ونیسي چې مثبته اړیکه رامنځته کړي.

که مور هره ځای کې او په هر ظرفیت کار کوو، بیا به هم د کورنیو او بهرنیو پېردونکو د رضایت یوه ساحه یا اندازه لرو. د اړیکو پرې کېدل او په خپلو کې د څانګو نه همکاري د بهرنیو پېرودونکو په برخه کې د ستونزو عمده دلایل دي. که مور رښتیا غواړو چې پېردونکي پلوه اداره رامنځته کړو؛ نو خپلو کورنیو او بهرنیو پېرودونکو ته باید پاملرنه وکړو.

په کورنیو پېرودونکو کې تاسو هم راځئ، تاسو هم داسې اړتیاوې لرئ چې باید پوره شي، که یوه اداره غواړې چې خپلو بهرنیو پېرودونکو ته ښه خدمتونه وړاندې کړي، اړینه ده چې د خپلو کورنیو پېرودونکو اړتیاوې هم په نظر کې ونیسي او ورپوره یې کړي.

مثلاً تاسو د چاپ په یوه شرکت (مطبعې) کې کار کوئ او په خپله سیمه کې کارټونه، بیلونه، تبلیغاتي پاڼې او نور توکي چاپوئ. یو پېرودونکی مو شرکت ته زنګ دروهي، دې پېرودونکي ستاسو شرکت ته د کار فرمایش ورکړی، ژمنه ورسره شوې چې چمتو شوی به وي خو تراوسه یې توکي نه دي ور رسېدلي.

تاسو یې پوښتئ چې چا سره مو خبرې کړې وې، هغه یې درته نوم نه شي ښودلای ځکه هغه ته هم د هغه کس نوم معلوم نه دی چې مخکې یې ورسره خبرې کړې دی، خو یوازې ژمنه یې ورکړې وه.

تاسو کیدای شي داسې ډېرو ستونزو سره مخ شئ، خو که لږ فکر پرې وشي، ښایي دا ستونزه د تل لپاره حل شي.

که دا شرکت زما وی، ما به لاندې پوښتنو ته ځوابونه موندلای:

- پېرودونکي چې د معلوماتو لپاره زنګ راوهي، معلومات يې څه ډول ثبتيږی؟
- مورِ يې چې اړيکه ځوابوو، ځان ورپېژنو؟
- اړيکه يې څنګه ځوابوو؟
- دا مسئوليت بايد د چا وي، چې د پېرودونکي ستونزه حل کړي او بېرته د ستونزې د حل ډاډ ورکړي؟
- د پېرودونکي فرمايش ولې ځنډ شو؟ لامل يې څه و؟
- د خرڅلاو برخه فرمايش اخلي او د توليد برخه يې چمتو کوي، ددې دواړو ترمنځ اړيکې او همغږي څنګه ده؟
- دا ستونزه څو ځله تکرار شوې ده؟
- د تکرار مخه يې څنګه نيولای شو؟

کاتالوگ محصولات خدمات نمای شیشه
کلیدیت آلومینیم و PVC

د پېرودونکو د خدمتونو کلتور هله عاميږي چې ستونزو ته د پېردونکو له نظره وکتل شي. طريقه يې دا ده چې په خپل اوسني سيستم کې د څو پېرودونکو تجربې وکتل شي او بيا تحليل شي، چې چا پورې اړه لري او کوم سيستم ورته برابر شوی دی.

مثلاً:

- پېرودونکی چی فرمايش کوی څه کيږی؟

- چا پورې اړوند وي؟
- پروسه يې څنګه پر مخ ځي؟
- که ستونزه يا تېروتنه وشي څه به کېږي؟
- کوم سيستم ورته جوړ شوی او څنګه وده کولای شي؟
- څنګه خپل سيستم له اوسني حالته ډېر زيات ښه کولای شو؟

مور له خپلو پټو پېرودونکو مرسته اخيستی شو، دوی چې د پېرودونکو په حېث زمور اداري ته ورځي د سيستم او د پرسونل چلند ورته ښه معلوميږي، همدارنګه له شته پېرودونکو هم ځانته معلومات کولای شو، له دوی پوښتنې وکړئ چې:

- زمور کارونه څنګه روان دي؟
- څنګه يې تر دې لا ښه کولای شو؟
-

کلکین | دروازه | نمای شیشه

۲.۲ د پېرودونکو د پاملرنې پېل

کیفیت المونیم و PVC

د پېرودونکو پاملرنه له دې ځايه پيل کېږي چې مور له نورو سره توپير پيدا کړو او خپل خدمتونه د خلکو د خوښې وړ ليست کې لومړي مقام ته ورسوو. هرې سوداګرۍ کې اړتيا پېښېږي چې مور پېرودونکو سره خپل چلند ته وګورو، ويې څارو او ويې ارزوو، همدارنګه نورې څانګې وګورو، بيا کتنه پرې وکړو دا معلومه کړو چې:

- مور په کوم ځای کی يو؟

لومړی ددې پوښتنې ځواب مهم دی چې باید پیدا شي، ددې پوښتنې تر ځوابولو وروسته بیا دا پوښتنه راولاړیږي چې:

- مونږ چېرته روان یو؟

دا زمونږ ستراتیژیک پلان دی.

د پېرودونکو پاملرنه کې هر یو تن دخیل دی، خو ځینې بیا ځانګړی ارزښت لري او پرېکړه کوي.

مونږ د اداري په راس کې یو اتل ته اړتیا لرو او په دې کې هېڅ شک نشته چې د پېرودونکو پاملرنه زمونږ د سوداګرۍ مرکزي ټکی دی. د اداري د مشر مسئولیت دا دی چې زمونږ ټاکلې موخې وڅاري، ویې ګوري چې مونږ ورته لاس رسی کولای شو او پلان مو د همدې له مخې جوړ کړی دی که نه؟

په دویم ګام کې هرې ځانګې ته یو مشر په کار دی، دا مشر ددې لپاره وي چې د خپلې ځانګې کارونه و ارزوي، ویې ګوري چې موخې ته د رسېدو لپاره څومره کار کیږي او چاړې له ورکړل شوي پلان سره سمې روانې دي که نه؟

دا د اداري په جوړښت پورې اړه لري، د ځینو ادارو په هر ځانګه کې یو بل کس ته هم اړتیا وي، د هغه مسئولیت دا وي چې بدلونونه له نږدې وڅاري.

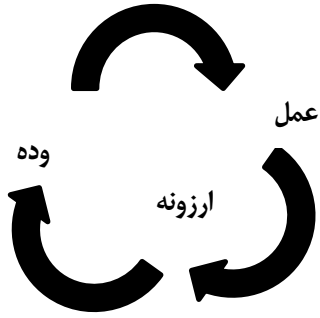
دا کس باید خپل سیستم وڅاري او وګوري چې له پېرودونکو سره ځنګه چلند کیږي، تر څنګ یې باید اړوند ځانګو سره هم خبرې اترې وکړي، له نویو بدلونونو یې خبر کړي، چې هغوی دا بدلونونه درک کړي، ویې مني او د خپلو خدمتونو کیفیت ته وده ورکړي. د خدمتونو ځرګند معیارونه باید په ټوله اداره کې ومنل شی او له هغې وروسته په نظر کې ونیول شی.

بدلون چې راغی بیا ادارو کې کارونه د خپلو شته معیارونو او لارو چارو له مخې لیدل او ارزول کیږي، ترڅنګ یې له کورنیو او بهرنیو پېرودونکو هم د راغلیو بدلونونو په اړه وخت په وخت نظر اخیستل کیږي او ددې ټولو په رڼا کې د خدماتو کیفیت ته پام کیږي، دې ټولو سره بیا هم د پېرودونکو خدمتونه هله بدلیږي چې پېرودونکي یې د بدلون اړتیا حس کړي، پر دې سربېره بهرني چاپېریال کې راغلي بدلونونه هم ددې لامل کیږي چې مور د پېرودونکو په خدمتونو کې بدلون راوړو.

سره له دې چې کیدای شي مور دا پوښتنې په نړدې ورځو کې ځواب کړي وي:

- مور اوس په کوم ځای (مقام) کې یو؟
- چېرته تلل غواړو؟
- څنګه رسېدای شو؟

د پېرودونکو د پاملرنې ستراتیژي چې جوړه او عملي شوه، بیا هم څارنې او ارزونې اړتیا لرو، ورپسې ګام به دا وي چې وګورو ستراتیژي څومره ګټوره ده؟ کومې درجې ته یې پرمختګ کړی او تر کومه ځایه تلی شي؟ او دا دوران همداسې تکراریږي.



۲.۳ : مور څنګه روان یو؟ (تشریحي قضیه – ستار بکس)

ستار بکس په ۱۹۷۱ ز کال کې کار پیل کړ، دوی لومړی د قهوې یوه وړه هټۍ پرانیسته.

د کار طریقه یې په هماغه لومړیو کې له نورو جلا وه. د خپل محصول په کیفیت یې ډېر سخت ټینګار کاوه، ددوی رامنځته کړی چاپېریال هم ښه و، ددوی په هټۍ کې د نورو په پرتله د پېرودونکي ښه خدمت کېده.

نن دا دی د نړۍ په ۵۰ هیوادونو کې له ۱۵۰۰۰ زیاتې هټۍ لري، د قهوې لومړی لاس پخوونکي او پلورونکي دي، خو پوښتنه دا ده چې دوی څنګه خپل معیار همداسې لوړ وساته او له کومې لارې یې د نړۍ په کچه له خپلو میلیونونو پېرودونکو د خپل کار په اړه نظر واخیست؟

۱) ټویټر: په ټویټر کې دوی د پوښتنو او ځوابونو په برخه کې نږدې اوه سوه او پنځه زره پیروان (Followers) لري، دلته خلک ددوی د تولیداتو په اړه خپل نظر پرېږدي او یو بل سره له همدې طریقه ازاد بحثونه کوي.

۲) فېسبوک: د ستاربکس فېسبوک پاڼه نږدې پنځه میلیونه خوښوونکي لري، دوی په خپله فېسبوک پاڼه انځورونه، ویډیوګانې، لیکنونه او لیکنې خپروي، خلک نمانځنو ته رابلي، ټول مینه وال یې د بحث او خبرو اترو لپاره یوه ازاده فضا لري.

۳) یوټیوب. ددې شرکت یوټیوب چېنل تر ۵۰۰۰۰ زرو مینه وال لري، دوی په دې چېنل کې معلوماتي او تبلیغاتي ویډیوګانې خپروي، د قهوو بېلابېل ډولونه معرفي کوي او کله کله د خپلو خیریه کارونو ویډیوګانې هم پورته کوي.

٤) دوی یو بل ویب سایټ هم لري، دلته خپلو پېرودونکو نه غوښتنه کوي چې خپلې مفکورې (ایډیاوې) ورسره شریکې کړي، سایټ لوستونکو ته دا موقع ورکوي چې د نورو خلکو ایډیاوې او وړاندیزونه ولولي، خوښ یې کړي او نظر پرې ورکړي. دا د سټاربکس شرکت د ټولنیزو رسنیو په برخه کې تر ټولو ښه ستراتیژي ده. دلته چې کوم خلک راځي، نظر ورکوي او نظر یې په شرکت کې منل کیږي، دوی ځان ته یو ډول درناوی حس کوي او د شرکت په مهمو پرېکړو کې ځان دخیل ګڼي.

کینیت المونیم و PVC

۵) دوی یو بلاګ هم لري، د بلاګ عنوان یې دی (فکر عملي کول) دلته هغه ایډیاوې خپریږي چې ددوی پېرودونکو په سایټ کې دوی سره شریکې کړې وي، د همدې مفکورو په اړه ورسره خبرې اترې کیږي. بلاګ پېرودونکي خبر ساتي چې ددوی مفکورې تر کومه ځایه عملي شوی او وړاندیزونه یې څومره منل شوی دی.

له دې معلومیږي چې معلوماتي ټکنالوجي پېرودونکو سره د اړیکو په پراخولو کې ډېره لویه وندې لرلای شي، دلته دا بهانه نه شي کیدای چې د پېرودونکو شمېر ګڼي لوړ دی او لاسرسی ورته نه کیږي، ځکه د ستړ بکس شرکت یې یوه ښه بېلګه ده، دوی د معلوماتي ټکنالوجۍ په مرسته خپلو میلیونونو مینه والو سره په اړیکه کې دي او تر ټولو په زړه پورې یې داده چې دا اړیکې دوه اړخیزې دي.

همدا اړیکې دوی ته دا موقع ورکوي چې دوی د خپلو خدمتونو او تولیداتو معیار په پرلپسې ډول لوړ او تازه وساتي، له تازه مو موخه د هغو بدلونونو راوړل دي چې پېرودونکي یې له شرکتونو تمه لري، په دې سایټ کې چې ستړبکس شرکت ته خپلې ایډیاوې پرېښودل کیږي په اصل کې همدا د پېرودونکو تمې دي.

۴.۲ د اړیکو مهارتونه زده کول

د پېرودونکو د خدمتونو یوه لویه برخه دا ده چې موږ له هغوی سره څه ډول اړیکې ساتو. دا اړیکې مخامخ هم کیږي، په ټیلیفون هم کیږي، انټرنټ یې هم لاره ده، فکس، لیک او نورې لارې چارې هم شته.

مستقیمې اړیکې مخامخ او په ټیلیفون هم کیږي، په دې کې پوښتنې کیږي او ستونزې اوږدل کیږي. موږ باید له خفه، مرور او زړه ماتو پېرودونکو سره هم د اړیکو مهارت ولرو چې له هغوی زموږ په اړه دا احساس ختم کړو. په مخامخ اړیکو کې د بدن اشاری ډېری مهم دی او دا پکې تر ټولو ښه وندې لري، همدا

د بدن اشارې Body language دی چې مقابل لوري ته د پیغام په رسولو کې اسانتیا رامنځته کوي.

پېرودونکو سره د اړیکو ځینې لارې:

- **له ګیله منو پېرودونکو سره چلند**

پېرودونکي چې ګیله یا شکایت کوي زیاتره وخت یې چلند یو څه احساساتي وي، ښایي مور سره یې چلند یو څه تېز او لهجه یو څه تنده وي، زمور مسئولیت دا دی چې هغوی لومړی ارام کړو او بیا یې په قلاره ستونزه ور حل کړو.

ښه لاره یې دا ده چې پېرودونکي ته د خبرو او احساساتو وخت ورکړل شي، دې سره به د هغه په زړه کې ټوله شته غوسه ختمه شي، داسې پېرودونکو سره غوسه نه کوو، خبره یې ښه په ارام اورو او یوازې خواخوږي وسره ښیو. دلته مور زر قضاوت نه کوو، خبره یې یوازې هغه سره د خواخوږۍ په خاطر اورو.

د هغوی خبرو ته ځیر کیږو، په مهربانۍ یې اورو خو تر هغې ښښنه نه غواړو چې مور په تېروتنه باوري شوي نه یو، چې زمور ده که د هغوی. ددې چلند ګټه دا ده چې څه موده وروسته به د هغوی غوسه سړه شي، احساسات به یې کم شي، په داسې وخت کې زیاتره خلک ښېرته ښښنه غواړي او دا مني چې خبرې یې ډېرې تندې او احساساتي وې، بیا خپله درنه هیله کوي چې د ستونزې د حل لپاره منطقی دلیل باید ولیدل شی.

د هغوی غوسه چې سړه شوه او عادي حالت ته راغلل، بیا ترې پوښتنه وکړئ چې ستونزه یې څه ده؟ لاملونه یې څه دي؟ او ددې ټولو په رڼا کې یې په حل لارو پسې وګرځئ.

زه ترې زیاتره وخت دا پوښتنه کوم، چې دوی له ما څه غواړي، زه ورته څه کولای شم؟ دا ځکه چې زیاتره وخت ښایي د هغوی وړاندې کړې حل لاره اسانه او ارزانه واقع شي.

زمور ستونزه له پېرودونکو سره نه ده، مور ورسره خبرې اترې کوو، له دې لارې د ستونزې حلولو هڅه کوو او په راتلونکي کې ورسره بیا د ښې معاملې (سوداګرۍ) هیله مندي ښیو.

- **د بدن اشارې**

د سوداګرۍ په ننني نړۍ کې زیاتره خلک د بدن په اشارو او د هغوی په معناګانو پوهیږي. د مخ بې نظمه حرکات او احساسات او تېز خوځېدل حالت لاپسې ستونزمنولای شي.

له ګیله منو پېرودونکو سره د خبرو اترو پر وخت له لاندې حرکاتو ځانونه ساتو:

- ځان پټول- لاسونه تړل، ځان ناپامه کول، بې پروا کېدل.
- احاساتي چلند – ګوته نیول، لاسونه پورته پورته کول، پښې خوځول، راونښدل.
- په نه زړه چلند – ځان سترې ښودل، پښه په ځمکه وهل، غزونې کول، ساعت ته کتل، یا ځان بوخت ښودل.

پېرودونکي سره جدي خو خواړه اوسئ. ځان ارام کړئ، تنډه پراخه کړئ، سترګو ته يې ګورئ، خو ځير کيږئ مه، که په ټيليفون خبرې کوئ هم په پراخه تنډه يې وکړئ، دا حرکت او ارامتيا مو په غږ اغېز کولای شي.

- **پوښتنې کول**

تر ټولو ښې پوښتنې، خلاصې پوښتنې، تړلې پوښتنې او تعقيبي پوښتنې دي.

خلاصې پوښتنې

خلاصې پوښتنې ښې وي، ځکه زمونږ لاس پکې ازاد وي او د ډېر څه کولو موقع راکوي.

- د ښې او دوستانه اړيکې رامنځته کول.
- د بېلابېلو موضوعاتو پرانيستل.
- د پېرودونکي په احساس پوهېدل.

خلاصې پوښتنې هغه دي چې په (هو او نه) ځواب نه شي او پېرودونکی اړباسي چې يو څه معلومات درکړي. دا پوښتنې زياتره وخت په دې کليمو پيل کيږی:

- څه؟
- څنګه؟
- ولې؟
- ووايئ ؟

د خلاصو پوښتنې بېلګې:

- اصلي ستونزه څه ده؟
- تاسو راته ویلای شئ چې څه شوي؟
- زه درسره څه مرسته کولای شم؟

دا خلاصې پوښتنې د پېرودونکي حقایق، اندونه او وړاندیزونه روښانه کوي، داسې پوښتنې هله کېږي چې موږ وغواړو له پېرودونکي د ستونزې په اړه معلومات ترلاسه کړو.

تړلې پوښتنې

تړلې پوښتنې هم بې ارزښته نه دی، دا په خپل ځای خپل ارزښت لري، تړلې پوښتنې مشخص معلومات ترلاسه کوي، تړلې پوښتنې ددې لپاره کېږي چې پېرودونکی زموږ نظر تائید کړي، ځوابونه یې لنډ وي یا زیاتره په (هو یا نه) ځوابېږي.

مثلاً :

- چا درسره خبرې کړې وې؟
- کله مو زنګ راوهلی و؟
- ایمیل ادرس مو څه دی؟
- ستونزه مو نه ده حل شوې؟
- کومې شمېرې ته مو زنګ وهلی و؟
- تاسو (فلانی) نومېږئ؟
- له کوم ځای مو اړیکه نیولی؟

کلکین | دیوانه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC

تعقیبي پوښتنې

ګټوره اوږدنه هغه ده چې تعقیبي پوښتنې په کې وشي، تعقیبي پوښتنې د لاندې موخو لپاره کیږي:

- چې د پېرودونکي له خبرو سره علاقه وښیو.
- چې پېرودونکی خپله خبره وغځوي.
- د شته معلوماتو کمي او کیفي زیاتول.
- دا ډاډ چې معلومات ټول او سم ترلاسه شوي دي.

مثلاً:

د رښتیا؟ یا؟ او بیا؟ په کارولو کولای شو چې پېرودونکی خپلې خبرې راسره وغځوي، همدارنګه مور هم هغه ته دا احساس ورکولای شو چې ګڼي له خبرو سره یې علاقه لرو او غمبدلې راباندې نه دي.

د تعقیبي پوښتنو بېلګې:

- ښه نو مور درته ویلي وو چې یوه اونۍ کې به مواد در ورسیږي، تاسو ته شونې ښکارېده؟
- تاسو راته وویل چې له خدمتونو راضي نه یاست؟ څه شوي دي؟
- ومو ویل چې ستاسو په زړه کار نه دی شوی، تاسو څنګه غوښت؟
- ښه زمور حل لاره ښایی سمه نه وی، تاسو څه غواړئ؟

ګټوره غوږ نیونه

موږ چې چاته غوږ نیسو او خبرې یې اورو موخه مو دا وي چې معلومات تر ترلاسه کړو، دا معلومات له درېیو لارو ترلاسه کیږي:

- توري
- د غږ ُتن
- د بدن اشاري

دغه درې واړه عناصر چې سره یو ځای شې، بیا موږ د خپلې ارزونې او اخیستې سره سم له مقابل لوري معلومات ترلاسه کوو، په دې درې واړو عناصرو کې د تورو وندې تر ټولو کمه ده، د یوې محاسبې له مخې په پیغام ترلاسه کولو کې د درې واړو عناصرو سلنه په لاندې کچه ده:

- ٪۷ پیغام له هغو تورو یا کلیمو اخلو چې اورو یې.
- ٪۳۸ پیغام د مقابل لوري د غږ له تُنه اخلو.
- ٪۵۵ پیغام د مقابل لوري د بدن له اشارو ترلاسه کوو.

په مخامخ خبرو اترو کې اوربدل یا غوږ نیول یو څه ستونزمن وي. دلته یو څو یادونې کوو، دا هغه مسایل دي چې د ګټورې غوږنیونې په برخه کې یې خنډونه بللی شو:

- اوربدونکي ځینې تیارې مفکورې لري.
- اوریدونکی/ اوربدونکې فکر کوي چې تر ویناوال ښه پوهیږي.
- اوربدونکي د نورو شیان په اړه فکر کوي.
- اوریدونکی ستړی او ناراحته وی.

- اوريدونکی له ويناوال ځوريږي.
- اوريدونکی له دې ويريږي چې خپل فکر ووايي.
- که ويناوال په خبرو يا مفاهمه کې ستونزه ولري په اورېدونکي بده اغېزه کوي.
- په اورېدو کې بهرنی شور او مزاحمت ډېر وي.

ځينې داسې تخنيکونه شته چې په کارولو يې مور د اورېدو مهارت زياتولای شو، دا تخنيکونه په دوه ډوله دي:

- شفاهي
- غير شفاهي

شفاهي

شفاهي تخنيکونه مور سره مرسته کوي چې نبه غور ونيسو او له مکالمې سم او پوره پيغام ترلاسه کړو، دا دوه موخې لري:

- رونټيا
- ډاډمنتيا

رونټيا

که مور غواړو چې د مقابل لوري په خبرو نبه پوه شو او پوره پيغام ترې ترلاسه کړو؛ نو خبرې او پيغام يې بايد رون وي، ځينې وخت په خبرو کې همدا د رونټيا عنصر کمزوری وي او مور د مقابل لوري موخه يا پيغام سم نه شو ترلاسه کولای، په داسې حالاتو کې ځينې پوښتنې بايد وشي چې موضوع روښانه شي، مثلاً:

- ښه تاسو وایئ چې لیست کې ستاسو نوم نه و، همداسې ده؟
- تاسو وویل تېر کال مو هم ځینې ستونزې لرلې، ویلای شې کومې ستونزې وې؟
- تاسو زموږ اړونده څانګې سره خبرې نه دي کړې، چې څه بجې باید ورته زنګ ور ووهئ؟

ډاډمنتیا

ځینې وخت موږ د پوښتنې پر ځای یوازې ځان ډاډه کوو، مثلا موږ یو پیغام ترلاسه کړی دی، یوازې غواړو ډاډ شو چې ایا زموږ ترلاسه شوی پیغام دی که نه، مثلاً

- زموږ استازي درته ویلي وو، چې فرمایش مو دوو ورځو کې تیاریږي کنه؟
- تاسو وویل چې خپل فرمایش به ببرته رد کړئ، سمه ده؟
- ښه تاسو وویل چې موږ باید درته زنګ درووهو، دوه بجې سمه ده؟

غیرشفاهي

مخکې مو وویل چې ځینې تخنیکونه غیرشفاهي دي، یعنې دا خبرې په خوله نه کیږي، یوازې ځینې اشارې دي چې موږ یې مقابل لوري ته رسوو. مثلاً:

- خوږه موسکا
- سر خوځول

- د سترګو منظمه اړیکه ساتل
- سم او راحت کښناستل
- د هغه له خبرو سره سم د مخ تاثرات بدلول
- یادښتونه اخیستل

دا تخنیکونه د ویناوال خبرو ته ستاسو پام او ورسره علاقه څرګندوي، هغه ته دا احساس ورکوي چې تاسو یې خبرو ته ارزښت ورکوئ. دا ټول تخنیکونه باید تمرین شي، په تمرین زده کیږي او ښه اوږدونکی درنه جوړیږي، چې دا د سوداګرۍ په پرمختګ کې لویه ونډه لري.

مثبت اوسپدل

د خبرو اترو مثبت ډول ولې ګټور دی؟

- دا د هر چا حتی ستاسو په ارام او هوسا ساتلو کې مرسته کوي.
- که په خپلو کړنو او حرکاتو واکمن یو کولای شو چې فکر او اخیستنه وکړو.
- دا د بد حالت په ښه کولو کې مرسته کوي.
- د غوسې او تریخوالي مخه نیسي، په ارام انسان غوسه نه شي کیدای.
- دې سره انسان مسلکي او بادسپلینه ښکاري، که پېرودونکي هر څومره غوسه کوي یا بد رد وایي، هغه یو شخص دی، خو تاسو د یوه شرکت استازي یئ او د ټول شرکت یا اداري استازولي کوئ.

پېرودونکو سره ټیلیفوني خبرې

ټیلیفون پېرودونکو سره د اړیکو اسانه لاره ده، دا راسره د خدمتونو په وده کې هم مرسته کوي، په ټیلیفون کې د غږ تن بدلیږي او د بدن اشارې ورسره نه وي، ځکه نو باید خبرې په کې په ارام وشي او مزاحمتونه باید نه وي، ډېر خلک ټیلیفوني خبرې له ځینو نورو کارونو سره ګډوي لکه:

- کمپیوټر کې کار کول
- په بل موبایل مسجونه کول
- خواړه خوړل
- څښاک کول
- د نورو اوربدل

که غواړو چې په ټیلیفون ښې خبرې وکړو، غوره دا ده چې له نورو ځایونو مو ذهن راټول کړو، په خبره تمرکز وکړو او د ویناوال پېغام په رانه او څرګند ډول ترلاسه کړو، د ښې مکالمې یا خبرو اترو لپاره لاندې درې مهارتونه ډېر مهم دي:

- اوربدل
- پوښتنې کول
- د ستونزو حل کو.

که غواړو چې ټیلیفوني خبرو کې پر مقابل لوري ښه اغېز وښندو؛ نو لاندې سپارښتنې باید په نظر کې ونیسو:

- خبرې له خپل عادي حالته لږې ارامې وکړئ.
- موسکا وکړئ.

- خوږه لهجه وکاروئ.
- په مهمو ټکو ټینګار وکړئ.
- رښې خبرې وکړئ.
- مثبت ووسئ (ووایئ چې څه درته کولای شم)
- مختصرې خبرې وکړئ.
- مبهم یا ګونګ کلمات مه کاروئ.
- توضیحات ورکړئ.
- د بدن حرکات وکړئ (باډي لینګویج)
- طبیعي خبرې وکړئ.

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC

زرین اصول:

- خپل غږ ښکلی کړئ، دا د خبرو په چټکتیا او غږ پورې اړه لري.
- په خبرو کې مناسبې دمې واخلئ.
- جملې په خپل وخت ادا کړئ.
- خپل پیغام لنډ او روښ ورسوئ.

- ابهام مه راولئ.
- که د پوښتنې ځواب د پېرودونکي لپاره معلومات درسره نه وي، له ځانه معلومات مه ورکوئ.
- که مو معلومات پیدا کړل، بېرته ورسره اړیکه ونیسئ.
- که د کومې موضوع په اړه معلومات ونه لرئ او نه وکړئ، عزت مو نه کمیږي، د معلوماتو ترلاسه کولو لپاره ترې وخت واخلئ.
- ورکړې ژمنه عملي کړئ، ګنې بلې ستونزې سره به مخ شئ.

که مو کوم پېرودونکي سره ژمنه وکړه چې معلومات کوئ او بیا زنګ ور وهئ، ځانته یو وخت وټاکئ، چې له دې ساعته پورې باید معلومات ورکړئ، خبره شاته مه غورځوئ، چې ځه بیا به معلومات ورکړم، هڅه وکړئ چې پېرودونکي ته هم د معلوماتو دقیق وخت وښیئ او په هماغه وخت ورسره اړیکه ونیسئ. ډیر لنډ تنګ وخت هم مه ورکوئ، لومړی ځان ډاډه کړئ چې په څومره وخت کې معلومات ورکولای شئ، له هغه وروسته د اسانتیا لپاره لږ اضافي وخت ورسره جمع کړئ، دا به درسره مرسته وکړي چې خپل پېرودونکي ته بې باوره نه شئ، ګني ښایي دا ځل هغه د تېرې ستونزې تر څنګه ستاسو دا ستونزه هم ستاسو له مشر سره شریکه کړي.

پېرودونکي سره د خبرو پر وخت لومړی د هغه خبره واورئ او بیا یې پر ځواب فکر وکړئ، که تاسو هغه سره د خبرو پر وخت په ځواب فکر کوئ د هغه په

خبره سم نه پوهيږئ او کيدای شي ځواب مو نيمګړی وي. د هغوی له خبرو سره علاقه وښيئ، حتی که د هغوی خبرې درته هېڅ په زړه پورې نه وي، هم پېرودونکی بايد ستاسو دا احساس درک نه کړي.

د خبرو پر وخت يادښتونه واخلئ، د خبرو په پای کې اخيستل شوي يادښتونه لکه نوم، ادرس، شمېره او نور... بېرته مقابل لوري ته تکرار کړئ او په سمون يې ځان ډاډه کړئ.

اړيکه چې پرې کوئ، مقابل لوري ته د هغه د ستونزې د حل يو ډاډ ورکړئ، مننه ترې وکړئ او ډاډ ورکړئ چې د ستونزې پر وخت درسره يا اړيکه نيولای شي.

مقابل لوري ته ځان وروپېژنئ، خپل نوم او عنوان ورته ووايئ، خو ځان داسې مه معرفي کوئ چې هغه فکر وکړي ګنې د ځان صفت کوئ.

وروستی خبره

د پېرودونکو خدمتونه لويه موضوع ده، په خبرو کولو لسګونه يا سلګونه کتابونه ليکل شوي وي، خو په دې بار اوسئ چې که ټاکل شوي اصول عملي شي ستونزې به يو څه کمې وي.

دا د يوې ورځې کار نه دی، دا عمري کار دی، هر ځل يې بايد د ودې لپاره کار وشي، ددې برخې کارکوونکي وروزل شي، د پېرودونکو او بازار بدلونونه په نظر کې ونيول شي او بلاخره دغه چاره په پرلپسې ډول تازه او قوي شي.

د پېرودونکو د خدمتونو د برخې روزنه مو بايد د کاري لومړيتوبونو په سر کې وی، بيا هم تکراروو چې پېرودونکی بيو ته نه چلند او خدمتونو ته گوری، که په

هر ډول کاروبار کې د پېرودونکو خوښه او رضایت په نظر کې ونیول شي، پرمختګ او ډېره ګټه کوي.



Download from:aghalibrary.com