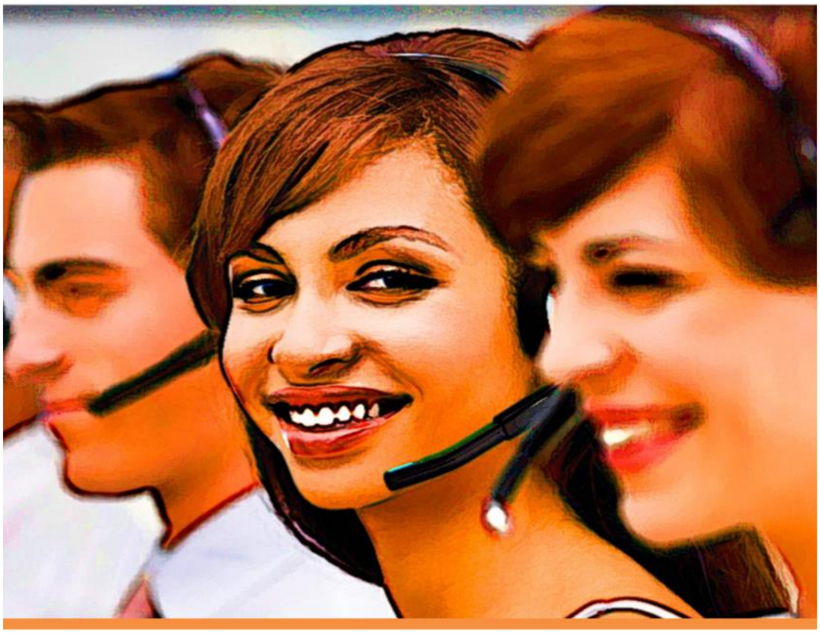
د پیرودونکو پاملرنه

جان اکینسن

ژباړه : میراحمد یاد



Ketabton.com

(c) ketabton.com: The Digital Library

د پېرودونکو پاملرنه

Customer Care

فرانک اکینسن

میراحمد یاد

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 روزلي 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 پریکړه 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 بریالۍ 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 پېرودونکو یو اوږد لیست درلود.

فرانک د ځو 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 پوري وو.

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

د پېرودونکو پاملرنه

(c) ketabton.com: The Digital Library

ددي کتاب یوه موخه دا ده چې تاسو د پېرودونکو پاملرنې ځانګې 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. موږ ټول ځينو ادارې ډېرې خوښوو، ځينې ادارې شته چې موږ 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.

موږ 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 وي، يعنې ستونزه مو حل کوي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

شرکتونه چې څومره لوېږي هومره يې چارې ډېرېږي، دې سره دا هم ستونزمنه شي چې پېرودونکو ته دې تر ټولو ښه خدمات په ښه توګه وړاندې شي. دلته زما د خوښې يوه بله مغازه هم شته، دا مغازه (Pret a manager) نومېږي او خوراکي توکي پلوري. زما دا مغازه خوښېږي، دليل يې زما خپله شخصي تجربه ده، ددوی توکي تازه وي، پرسونل يې مرستندويه او ملګری وي، چاپېريال يې پاک وي او حفظ الصحه مراعتوي. دوه نورې مغازې هم شته، زه فکر کوم چې که دوی ته د پېرودونکو د غوره خدمتونو جايزه ورکړل شي؛ نو حق يې دی، دا مغازې Waitrose او John Lewis نومېږي.

شرکتونه، ادارې، مغازې... دا ټولې هڅې ددې لپاره نه کوي، چې دا ګنې ډېر ښه کار دی، يا يې دوی د خدای لپاره کوي، دا ټولې هڅې او هلې ځلې يو دليل لري، يوه پايله لري او پايله يې دا ده چې خرڅلاو يې زياتيږي، پېرودونکي ترې خوشاله کيږي او يو ځل چې ترې سودا وکړي؛ نو بيا ټول عمر يا د اوږدې مودې لپاره له همدې ځايه سودا کوي.

د پېرودونکو پاملرنه داسې تعريفولای شو:

کورنيو او بهرنيو پېرودونکو ته د لوړو کيفيت خدمتونو وړاندې کولو پروسې ته د پېرودونکو پاملرنه يا Customer care وايي. د پېرودونکو د پاملرنې پايله دا ده چې په لوړه کچه رضايت يې ترلاسه شي، دا کار ددې لامل کيږي چې د

(c) ketabton.com: The Digital Library

شرکت او پېرودونکي تر منځ (پېر او پلور یا خرڅلاو) اوږدمهاله 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[١] 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.

١.١ د اړیکو مرکز (Call Centre) تجربه

موږ 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

---

[١] After-sales Service

(c) ketabton.com: The Digital Library

چې مرکزي شي او تر منځ یې مفهامې او مکالمې زیاتره وخت د موبایل او برېښنالیک په وسیله ترسره کیږي.

موږ 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 موږ اړونده برخو نه مرسته غواړو، خو د هغه کس په اړه څه فکر کوو چې مرسته راسره کوي؟ موږ له څه ډول انسانه د مرستې تمه لرو؟ داسې انسان چې ښه اخلاق ولري، ښه چلند وکړي، خوی یې نرم وي، په خبره پوه وي او تر ټولو مهمه دا چې موږ ته دا باور راکړي چې دغه کس په رښتیا هم زموږ 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، څېړنو ښودلې چې زیاتره خلک د بیو پر ځای خدمتونو ته ډېر زیات ارزښت ورکوي. موږ خپله ورځنۍ تجربه هم لرو، ځینې شرکتونه، اداري، بانکونه او هټۍ که ډېر بد چلند نه کوي؛ نو چلند او خدمتونه یې ډېر ښه هم نه وي.

" ملګرو سره زیاتره اونۍ کې یو ځل کېنو، له ښاره لږ لیرې یو هوټل دی، خدمتونه یې ډېر ښه دی، خلک یې 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 یې ښه نه دی، ملګرو پرېکړه وکړه چې نور ورته نه راځو، خپلو کې مو وویل چې ښه هوټل یې

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 تڼۍ کيکاږئ، ټاکنې 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 ګټي.
- خبرې درته سختوي، له دې امله ستونزې سمې نه بيانيږي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

- دوی وايي چې ستاسو اړيکو زموږ لپاره ارزښت لرونکې ده، خو داسې چلند به کوي لکه دروغ چې وايي، که رښتيا ورته ارزښت لرو؛ نو کارکوونکي دې زيات کړي.
- يوه کس سره دويم ځل خبرې نه شې کولای، زياتره وخت يوه سره نيمې خبرې وشي، اړيکه پرې شي، چې بيا زنګ وهې بل څوک وي، موضوع به بيا له سره کوي او تکرار. . .
- زياتره وخت د معلوماتو په بيا ورکولو توند تېنګار کوي.
- زياتره وخت يې د کارکوونکو شمېر کوي، اړيکې نه شي ځوابولای.
- زياتره کارکوونکي يې ټولنې، کلتور او خلکو سره بلد نه وي، نه پوهيږي چې څنګه خبرې وکړي.
- د چا په کيسه کې نه وي.

دا خبرې او چلندونه يوازې د اړيکو تر مرکزونو محدود نه دي، په حقيقي چاپېريال کې هم ځينې خلک ډېر ترخه، بې نزاکته او بې مرستې وي. نه ! دا بد خلک نه دي، دوی ملامت هم نه دي، ځکه دوی سم نه دي روزل شوي، ښه مديريت يې نه دی شوی او د کارونو فشار پرې ډېر زيات وي. زياتره وخت ګورو چې په ځينو ادارو کې کارکوونکو سره خبره کيږي، په دويمه يا درېيمه خبره کې يې چلند تريخيږي او داسې فکر کوو، چې ګنې رانه ستړي شو.

د زياتره سترو ادارو او شرکتونو مشران په ناستو، رسنيو، شعارونو او تبغلياتو کې همدا وايي چې: (موږ په خپلو پېرودونکو ډېر تمرکز کوو، ډېر پام ورته کوو) يا دا چې وايي: (زموږ پېرودونکي زموږ ستره سرمايه ده.)

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 ۱۵نورو 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.

(c) ketabton.com: The Digital Library

- 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

(c) ketabton.com: The Digital Library

۲.۱ : د پېرودونکو د خدمتونو مسئول څوک دی؟

د پېرودونکو خدمتونه د هر يو تن مسئوليت دی. پيل يې له لوړپوړو چارواکو کيږي، هغوی اړوند مدير ته وايي چې ستراتيژي جوړه کړي، په دې ستراتيژۍ کې د پېرودونکو خدمتونو ته ځای ورکول کيږي، دوی اړونده څانګه پوهوي چې د پېرودونکو خدمتونه د سوداګرۍ د ودې لپاره ډېر مهم دي، په دې برخه ټينګار کوي او هڅه کوي چې په هر کچه يې د خپل اداري کلتور يوه برخه وګرځوي.

د لوړپوړو اداري چارواکو مسئوليت دا دی چې ښه لارښوونه وکړي او خپل کارکوونکي په دې پوه کړي چې د پېرودونکو خدمتونه په راتلونکي کې د دوی د سوداګريزې ودې او پراختيا اصلي عنصر دی. عامه يا ټولګټې اداري هم بايد د پېرودونکو د خدمتونو په ارزښت پوهې شي او ټولو غړو ته يې د همدې ارزښت سره سم اصول او مقررات وضع شي.

ريټز کارلن Ritz Carlon د هوټلونو يوه ټولګه ده، دوی په ټوله نړۍ کې ۷۳ هوټلونه او نږدې ۳۸۰۰۰ کارکوونکي لري، دوی پېرودونکو ته خدمتونو وړاندې کولو کې بيخي حساس دي، خپل نظريات کارکوونکو ته داسې بيانوي:

ريټز کارلن هوټل داسې يو ځای دی چې د پېرودونکو پاملرنه او هوساينه پکې زموږ تر ټولو ستره موخه ده.

موږ ژمنه کوو چې خپلو پېرودونکو ته به تر ټولو ښه خدمتونه وړاندې کوو او زموږ مېلمانه به خوږ، صميمي، تود او په زړه پورې چاپېريال لري.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د ریتېز تجربې او خاطرې احساسات ښایسته کوي، او حتی د مېلمنو ناخرګندې هیلې او غوښتنې هم پوره کوي.

شعار :

په ریتېز 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

١) د مېلمه په نامه تود ښه راغلاست.

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

٣) خوږه خدای په اماني، د مېلمه نوم اخیستل ورسره صمیمي خدای په اماني.

د خدمت ارزښتونه: زه ویاړم چې ریتېز کارلن یم.

١) زه ژورې اړیکې جوړوم او د ریتېز هوټل مېلمانه تلپاتې کوم.

٢) زه د خپلو مېلمنو د ټولو څرګندو او ناخرګندو اړتیاوو او غوښتنو مسئولیت لرم.

٣) 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 ریتېز تجربې او خاطرې ښې او خوندورې کړم.

(c) ketabton.com: The Digital Library

٦) زه د مېلمنو ستونزې خپله او سمدستي حلوم.

٧) زه د ډله ایز کار Team work لپاره زمینه برابروم او تر څنگ 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 گټو 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

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC
Saleem karwan Avenue,
Opp to Kabul private high school.
kaifyaat@gmail.com
Fb: Kaifyaatpvc

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 وتلې؟ دغه معیارونه د اجراتو د تللو یا ارزولو لپاره دي، له دې د رضایت کچه معلومیږي او همدا موږ ته په ګوته کولای شي چې زموږ پېرودونکي زموږ 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 خوربدلی
- بې تفاوته
- لږ خوښ
- خوښ
- هیجاني

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

(c) ketabton.com: The Digital Library

يوازې دا بس نه دي چې موږ ووايو موږ تر خپله حده هڅه کوو، خدمتونه مو لوړ او ښه کړو، ځکه تر څو چې څرګندې موخې او معيارونه نه وي ټاکل شوي موږ به څه پوه شو چې زموږ وړاندې کړې خدمتونه څومره ښه دي يا يې څومره نور ښه کولای شو؟

د اجراتو لپاره معيارونه بايد داسې وي لکه:

- هر يو تن ټيليفون ته د ځواب ورکولو مسئوليت لري.
- ټيليفون بايد تر څلورو زيات زنګونه ونه وهي (تر څلورو زنګونو مخکې ځواب شي.)
- څوک چې ټيليفون ځوابوي د ستونزې د حل مسئوليت هم بايد په غاړه واخلي.

د اجراتو د ګټورتيا لپاره معيارونه بايد داسې وي لکه:

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

د لاس رسي وړ :

(c) ketabton.com: The Digital Library

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. ښه 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 ښې پر مخ رواني 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 مور 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 مکډنالډز،مارکس او سپینسر، دوی زیار کاږي چې ښه خدمتونه وړاندې کړي.

اړوند:

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

(c) ketabton.com: The Digital Library

ډول فزيکي اړيکه ونه لري او وغواړي چې د لباس يو ځانګړی معيار ولري؛ نو فکر کوم دا معيار يې بيخي بې تړاوه 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 د 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.

(c) ketabton.com: The Digital Library

دویم فصل

د پېرودونکو پاملرنه عملي کول

زیاتره اداري د پېرودونکو پاملرني پروګرامونه عملي کړي، خو پکي ناکامیږي. زموږ بانک هم ځو کاله مخکي یو طرحه عملي کړه، دوی یو کارټون جوړ کړ، د هغه په لاس کي به یوه پاڼه و او په پاڼه به د بانک د اداري نوي پرېکړي لیکل شوي وې.

ما دا پاڼي لوستي وي، زیاتره وخت به مي ددوی په هغه مشهورو ځانګو کي په داسي حال کي لوستلي چي د ډوډۍ وخت به و، زه به د لسو تنو پسي شاته قطار کي ولاړ وم او یوازي دوو صرافانو به کار کاوه.

د پېرودونکو د پاملرني پروګرامونه عملي کول، د کارکوونکو روزني او پېرودونکو سره اړیکو او خبرو اترو ته اړتیا لري، ددي تر څنګ دا اړتیا هم پېښیږي چي سرچیني ولري، اداره یي وڅاري ویې ارزوي او اوږدمهالي ګټې یي وسنجوي.

۲.۲ پېردونکي پېژندل

لومړی باید دې پوښتني ته ځواب پیدا کړو چي: (زموږ پېرودونکي څوک دي؟) که غواړو چي د لوړ کیفیت لرونکي خدمتونه وړاندي کړو نو لومړی باید پوه شو چي زموږ پېرودونکي څوک دي؟ تر ټولو ځرګند ځواب یې دا دی: هغه خلک چي زموږ توکي او خدمتونه پېري یا اخلي. په هر صورت، که پېرودونکی غواړي چي د لوړ کیفیت خدمتونه ترلاسه کړي، نو په اداره کي دننه ټولي ځانګې باید ددي موخي لپاره په ګډه کار وکړي، مثلا:

- د خرڅلاو ځانګه باید پېرودونکي وپېژني او توکي پري وپلوري.

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

که موږ هره ځای کې او په هر ظرفیت کار کوو، بیا به هم د کورنیو او بهرنیو پېرودونکو 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 موږ 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 غواړي 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، دي 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 دي، خو یوازې ژمنه یې ورکړې وه.

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

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

- پېرودونکي چې د معلوماتو لپاره زنگ راوهي، معلومات يې څه ډول ثبتيږي؟
- موږ يې چې اړيکه ځوابوو، ځان ورپېژنو؟
- اړيکه يې څنگه 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 تر منځ اړيکې او همغږي څنگه ده؟
- دا ستونزه څوځله تکرار شوې ده؟
- د تکرار مخه يې څنگه نيولای شو؟

د پېرودونکو د خدمتونو کلتور هله عامېږي 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 چې فرمايش کوي څه کيږي؟

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

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

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

کلکین | دروازه | نمای شیشه
کیفیت آلمونیم و PVC

۲.۲ د پېرودونکو د پاملرنې پيل

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

- موږ په کوم ځای کې يو؟

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

- موږ چیرته روان یو؟

دا زموږ ستراتیژیک پلان دی.

د پیرودونکو پاملرنه کې هر یو تن دخیل دی، خو ځینې بیا ځانګړې ارزښت لري او پریکړه کوي.

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

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

دا د ادارې په جوړښت پورې اړه لري، د ځینو ادارو په هر څانګه 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 پیرودونکو سره څنګه چلند کیږي، تر څنګ یې باید اړوند څانګو 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 څرګند معیارونه باید په ټوله اداره کې ومنل شي او له هغې وروسته په نظر کې ونیول شي.

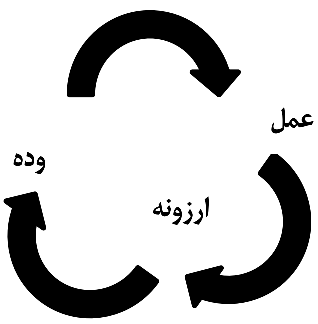
(c) ketabton.com: The Digital Library

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 بهرنی چاپېریال کې راغلي بدلونونه هم ددې لامل کیږي چې موږ د پېرودونکو په خدمتونو کې بدلون راوړو.

سره له دې چې کیدای شي موږ دا پوښتنې په نږدې ورځو کې ځواب کړې وي:

- موږ 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 خارنې 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.



(c) ketabton.com: The Digital Library

۲.۳ : موږ ځنګه روان یو؟ (تشریحي قضیه – سټار بکس)

سټار 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 ځنګه 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 سټاربکس 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.

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 ته غوښتنه کوي چې خپلې مفکورې (ایډیاوې) ورسره شریکې کړي، سایټ لوستونکو ته دا موقع ورکوي چې د نورو خلکو ایډیاوې او وړاندیزونه ولولي، خوښ يې 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.

کابینت درب و پنجره آلومینیوم و PVC

۵) دوی یو بلاګ هم لري، د بلاګ عنوان یې دی (فکر عملي کول) دلته هغه ایډیاوې خپرېږي 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 شوي او وړاندیزونه یې څومره منل شوي دي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

له دې معلومېږي چې معلوماتي ټکنالوجي پېرودونکو سره د اړیکو په پراخولو کې ډېره لویه ونډه لرلای شي، دلته دا بهانه نه شي کیدای چې د پېرودونکو شمېر ګڼي لوړ دی او لاسرسی ورته نه کیږي، ځکه د سټار 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 سټاربکس 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 اورېدل 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 اشارې ډېرې مهم دي او دا پکې تر ټولو ښه ونډه لري، همدا

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 موږ سره یې چلند یو څه تېز او لهجه یو څه تنده وي، زموږ 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 موږ زر قضاوت نه کوو، خبره یې یوازې هغه سره د خواخوږۍ په خاطر اورو.

د هغوی خبرو ته ځیر کېږو، په مهربانۍ یې اورو خو تر هغې ښښنه نه غواړو چې موږ په تېروتنه باوري شوي نه یو، چې زموږ 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 ببرته ښښنه غواړي او دا مني چې خبرې یې ډېرې تندې او احساساتي وې، بیا خپله درنه هیله کوي چې د ستونزې د حل لپاره منطقي دلیل باید ولیدل شي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

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 ښايي د هغوی وړاندې کړې حل لاره اسانه او ارزانه واقع شي.

زموږ ستونزه له پېرودونکو سره نه ده، موږ ورسره خبرې اترې کوو، له دې لارې د ستونزې حلولو هڅه کوو او په راتلونکې 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 پېټول- لاسونه تړل، ځان ناپامه کول، بې پروا کېدل.
- احساساتي چلند – ګوته نیول، لاسونه پورته پورته کول، پښې خوځول، راونېدل.
- په نه زړه چلند – ځان ستړی ښودل، پښه په ځمکه وهل، غزوني کول، ساعت ته کتل، یا ځان بوخت ښودل.

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

- **پوښتنې کول**

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

خلاصې پوښتنې

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

- د ښې او دوستانه اړيکې رامنځته کول.
- د بېلابېلو موضوعات 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 دي کليمو پيل کيږی:

- څه؟
- څنګه؟
- ولې؟
- ووايئ ؟

کلکين دروازه نمای شيشه PVC کيفيت الومينيم و

(c) ketabton.com: The Digital Library

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) ځوابیږي.

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) نومیږئ؟
- له کوم ځای مو اړیکه نیولې؟

(c) ketabton.com: The Digital Library

تعقیبي پوښتني

ګټوره اوریدنه هغه ده چې تعقیبي پوښتني په کې وشي، تعقیبي پوښتني د لاندي موخو لپاره کیږي:

- چې د پېرودونکي له خبرو سره علاقه ونښیو.
- 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 موږ هم هغه ته دا احساس ورکولای شو چې ګني له خبرو سره یې علاقه لرو او غمېدلي راباندې نه دي.

د تعقیبي پوښتنو بېلګې:

- ښه نو موږ درته ویلي وو چې یوه اونۍ کې به مواد در ورسیږي، تاسو ته شوني ښکاریده؟
- 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 زموږ حل لاره ښایي سمه نه وي، تاسو څه غواړئ؟

(c) ketabton.com: The Digital Library

ګېوره غوږ نیونه

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

- توري
- د غږ ُتن
- د بدن اشارې

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 ونډه 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 اورېدل یا غوږ نیول یو څه ستونزمن وي. دلته یو څو یادونې کوو، دا هغه مسایل دي چې د ګېورې غوږنیونې په برخه کې یې خندونه بللی شو:

- اورېدونکي ځینې تیارې مفکورې لري.
- اورېدونکی/ اورېدونکې فکر کوي چې تر ویناوال ښه پوهېږي.
- اورېدونکي د نورو شیان په اړه فکر کوي.
- اورېدونکی ستړی او ناراحته وي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

- اوریدونکی له ویناوال ځوریږي.
- اوریدونکی له دې ویریږي چې خپل فکر ووایي.
- که ویناوال په خبرو یا مفاهمه کې ستونزه ولري په اورېدونکي بده اغېزه کوي.
- په اورېدو کې بهرنی شور او مزاحمت ډېر وي.

ځینې داسې تخنیکونه شته چې په کارولو یې موږ د اورېدو مهارت زیاتولای شو، دا تخنیکونه په دوه ډوله دي:

- شفاهي
- غیر شفاهي

شفاهي

شفاهي تخنیکونه موږ سره مرسته کوي چې ښه غوږ ونیسو او له مکالمې سم او پوره پیغام ترلاسه کړو، دا دوه موخې لري:

- رڼتیا
- ډاډمنتیا

رڼتیا

که موږ غواړو چې د مقابل لوري په خبرو ښه پوه شو او پوره پیغام ترې ترلاسه کړو؛ نو خبرې او پیغام یې باید روڼ وي، ځینې وخت په خبرو کې همدا د رڼتیا عنصر کمزوری وي او موږ د مقابل لوري موخه یا پیغام سم نه شو ترلاسه کولای، په داسې حالاتو کې ځینې پوښتنې باید وشي چې موضوع روښانه شي، مثلاً:

(c) ketabton.com: The Digital Library

- ښه تاسو وايئ چې لیست کې ستاسو نوم نه و، همداسې ده؟
- تاسو ووېل 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 ووېل چې خپل فرمایش به ببرته رد کړئ، سمه ده؟
- ښه تاسو ووېل چې موږ باید درته زنګ درووهو، دوه بجې سمه ده؟

غیرشفاهي

مخکې مو ووېل 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

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

دا تخنیکونه د وېناوال خبرو ته ستاسو پام او ورسره علاقه څرګندوي، هغه ته دا احساس ورکوي چې تاسو يې خبرو ته ارزښت ورکوئ. دا ټول تخنیکونه باید تمرین شي، په تمرین زده کېږي او ښه اورېدونکی درنه جوړېږي، چې دا د سوداګرۍ په پرمختګ کې لویه ونډه لري.

مثبت اوسېدل

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.
- دي سره انسان مسلکي او بادسپلینه ښکاري، که پېرودونکي هر څومره غوسه کوي یا بد رد وايي، هغه یو شخص دی، خو تاسو د یوه شرکت استازي يئ او د ټول شرکت یا اداري استازولي کوئ.

پېرودونکو سره ټیلیفوني خبري

(c) ketabton.com: The Digital Library

ټيليفون پېروډونکو سره د اړيکو اسانه لاره ده، دا راسره د خدمتونو په وده کې هم مرسته کوي، په ټيليفون کې د غږ تن بدليږي او د بدن اشارې ورسره نه وي، ځکه نو بايد خبرې په کې په ارام وشي او مزاحمتونه بايد نه وي، ډېر خلک ټيليفوني خبرې له ځينو نورو کارونو سره ګډوي لکه:

- کمپيوټر کې کار کول
- په بل موبايل مسجونه کول
- خواړه خوړل
- ځنباک کول
- د نورو اورېدل

که غواړو چې په ټيليفون ښې خبرې وکړو، غوره دا ده چې له نورو ځايونو مو ذهن راټول کړو، په خبره تمرکز وکړو او د ويناوال پيغام په راڼه او څرګند ډول ترلاسه کړو، د ښې مکالمې يا خبرو اترو لپاره لاندې درې مهارتونه ډېر مهم دي:

- اورېدل
- پوښتنې کول
- د ستونزو حل کول.

که غواړو چې ټيليفوني خبرو کې پر مقابل لوري ښه اغيز وښندو؛ نو لاندې سپارښتنې بايد په نظر کې ونيسو:

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

(c) ketabton.com: The Digital Library

- خوږه لهجه وکاروئ.
- په مهمو ټکو ټينګار وکړئ.
- رڼې 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.

کلتين | دروازه | نمای شیشه
کیفیت المونیم و PVC

زرين 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 روڼ ورسوئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

- 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 کمېږي، 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 څه بیا به معلومات ورکړم، هڅه وکړئ چې پېرودونکي ته هم د معلوماتو دقیق وخت وښیئ او په هماغه وخت ورسره اړیکه ونیسئ. ډېر 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، ګنې 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

(c) ketabton.com: The Digital Library

خبره سم نه پوهیږئ او کیدای شي ځواب مو نیمګړی وي. د هغوی له خبرو سره علاقه وښیئ، حتی که د هغوی خبرې درته هېڅ په زړه پورې نه وي، هم پېرودونکی باید ستاسو دا احساس درک نه کړي.

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

اړیکه چې پرې کوئ، مقابل لوري ته د هغه د ستونزې د حل یو ځل بیا ډاډ ورکړئ، مننه ترې وکړئ او ډاډ ورکړئ چې د ستونزې پر وخت درسره یا اړیکه نیولای شي.

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

وروستۍ خبره

د پېرودونکو خدمتونه لویه موضوع ده، په خبرو کولو لسګونه یا ښایي سلګونه کتابونه لیکل شوي وي، خو په دې بار اوسئ چې که ټاکل شوي اصول عملي شي ستونزې به یو څه کمې وي.

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

د پېرودونکو د خدمتونو د برخې روزنه مو باید د کاري لومړیتوبونو په سر کې وي، بیا هم تکراروو چې پېرودونکي بیو ته نه چلند او خدمتونو ته ګوري، که په

(c) ketabton.com: The Digital Library

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

Get more e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library