

د پرودونكو پاملرنه

جان اكينسن

ژباړه: ميراحمد ياد



Ketabton.com

د پېرودونکو پاملرنه

Customer Care

فرانک اکینسن

میر احمد یاد

نمای شیشه

دروازه

کلکین

کیفیت المونیم و PVC

دا کتاب به درسه د خرڅلاو په بنه کولو کې مرسته وکړي

ددې کتاب لیکوال فرانک اکینسن نومیري او د خرڅلاو د روزنې یوې مشورتې ادارې بنسټگر 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 زرگونه 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 پرېکړه 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 بریالی گڼل کېده.

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

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

د پېرودونکو پاملرنه

ددې کتاب یوه موخه دا ده چې تاسو د پېرودونکو پاملرنې ځانگې په ارزښت پوه شئ، چې دا خدمتونه ولې تر هر څه ډېر ارزښتمن او مهم دي، تر څنگ به یې دا هم زده کړئ چې که دې برخې ته جدي وگورئ؛ نو خپلې سوداگرۍ ته څنگه پراختیا ورکولای شئ.

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

- د پېرودونکو پاملرنه څه ته وايي؟

- ولې مهمه ده؟

- څنگه یې عملي کولای شو؟

(1) د پېرودونکو پاملرنه ولې مهمه ده؟

هغه شرکتونه او ادارې راپدې کړې چې تاسو ته یې د یوه پېرودونکي په توگه ښه خدمتونه وړاندې کړي وي. موږ ټول ځینو ادارې ډېرې خوښوو، ځینې ادارې شته چې موږ یې هر ځای کې صفت کوو، برعکس ځینې نورې مو نه خوښیږي، که یې چاته غیبت ونه کړو، خپله ترې ښه نه ورو، ددې لامل څه دی؟ لامل یې دا دی چې له دې ادارو یا شرکتونو ښه خاطر نه لرو.

موږ دلته په هستوگنه سیمه (نیویارک) کې د لښایانو یوه وړه هټی لرو، په دې هټی کې درې کسان کار کوي. خدمات یې له نشت نه ښه دي، که داسې یو څه وگورئ چې مخکې مو نه وي تجربه کړې؛ نو دوی ترې څکه درکوي. که تاسو کوم څه ترې وغواړئ او دوی هماغه توکی ونه لري؛ نو یو بل څه درکوي، دا توکی بیا ښه او گټور وي، یعنی ستونزه مو حل کوي.

شرکتونه چې څومره لویږي هومره یې 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 یوه بله مغازه هم شته، دا مغازه (Pret a manager) نومېږي او خوراكي توکي پلوري. زما دا مغازه خوښېږي، 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 نومېږي.

شرکتونه، ادارې، مغازې... دا ټولې هڅې ددې لپاره نه کوي، چې دا ګني ډیر 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 زیاتېږي، پېرودونکي ترې خوشاله کېږي او یو ځل چې ترې سودا وکړي؛ نو بیا ټول عمر یا د اوږدې مودې لپاره له همدې ځایه سودا کوي.

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 وايي. د پېرودونکو د پاملرنې پایله دا ده چې په لوړه کچه رضایت یې ترلاسه شي، دا کار ددې لامل کېږي چې د

شرکت او پېرودونکي تر منځ (پېر او پلور يا خرڅلاو) اوږدمهاله اړيکه رامنځته شي.

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

- د لوړ معيار هغه توکي او خدمتونه وړاندې کول، چې د لوړې بيې ارزښت ولري.

- تر خرڅلاو وروسته^۱ معيار خدمتونه وړاندې کول.

- پوه، روزل شوی، ملگری او مرستندويه پرسونل.

- د پېرودونکو پوښتنو، غوښتنو او اړتياوو ته مثبت ځواب ورکول.

- د (نه شم کولای) پر ځای د (کولای شم) خبره کول.

- د لارښوونو کېدا په موخه د خپلو خدمتونو کیفیت ليدل، څارل، تلل او

ارزول. کين | دروازه | نماي شيشه

- په خپل ځان د مثبتې نيوکې وړتيا لرل، يا خپل ځان نقدول.

۱.۱ د اړيکو مرکز (Call Centre) تجربه

موږ ټول پېرودونکي يو، پېر کوو، بانکونو ته څو، له بې شمېره لويو او وړو ادارو توکي او خدمتونه ترلاسه کوو او ددې ټولو خدمتونو په اړه يو فکر او نظر هم لرو. د ټکنالوجۍ په ډگر کې وروستيو پرمختگونو ډېرو ادارو ته دا وړتيا ورکړه

چې مرکزي شي او تر منځ يې مفهامې او مکالمې زياتره وخت د موبایل او برنساليک په وسيله ترسره کيږي.

موږ هر يو په ژوند کې له يوې ستونزې سره مخ کيږو، کله موبایل کار نه کوي، کله ټلویزيون خراب وي، کله څه او کله څه ستونزې لرو، خو فکر مو کړی چې د ستونزې د حل لپاره چا سره اړيکه ونيسو 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، خوي يې نرم وي، په خبره پوه وي او تر ټولو مهمه دا چې موږ ته دا باور راکړي چې دغه کس په رښتيا هم زموږ ستونزه زر او لنډ وخت کې حل کولای شي.

ځينې خلک ښايي فکر وکړي چې پېرودونکي گني بيو ته ډېر ارزښت ورکوي، خو داسې نه ده، څېړنو ښودلې چې زياتره خلک د بيو پر ځای خدمتونو ته ډېر زيات ارزښت ورکوي. موږ خپله ورځنۍ تجربه هم لرو، ځينې شرکتونه، ادارې، بانکونه او هتې که ډېر بد چلند نه کوي؛ نو چلند او خدمتونه يې ډېر ښه هم نه وي.

" ملگرو سره زياتره اونۍ کې يو ځل کېنو، له ښاره لږ ليرې يو هوټل دی، خدمتونه يې ډېر ښه دی، خلک يې با نزاکته دي، کار زر کيږی، خبره اوږي او په خبره پوهيږي، برعکس د ښار منځ کې يو بل هوټل دی، دلته ودانۍ ښه ده، ډيکوريشن ښه دی، فضا ښه ده، مشهور دی، خو خدمات يې ښه نه دی، ملگرو پرېکړه وکړه چې نور ورته نه راځو، خپلو کې مو وويل چې ښه هوټل يې

جوړ کړی، که یې خدمتونو همداسې کمزوري وي سقوط به شي او زموږ خبره تر یوه حده رښتیا هم ده. ژ"

تاسو په وروستي ځل د اړیکو مرکز سره اړیکه نیولې ده؟

د دې مرکز له خدمتونو څومره راضي یئ؟

د اړیکو مرکزونه دې ډېر شي، خو زه یې له دغو کارونو سره سخت وران یم او بد مې ترې راځي:

- دسرره له خبرو مخکې به دې په تمه ساتي.
- دسرره له خبرو مخکې به وايي چې فلانې تڼۍ کیکارې، ټاکنې به درکوي.
- ته چې ورته په تمه یې، دوی به درته سندرې یا سوداگریز اعلانونه چالان کړې وي.
- زیاتره وخت وایي چې د ستونزې د حل لپاره ویب پاڼې ته مراجعه وکړئ، لامل یې دا دی چې په دې کار کې یې گټه ده، ویب سایټ یې پیسې گټي.
- خبرې درته سختوي، له دې امله ستونزې سمې نه بیانېږي.

- دوی وایې چې ستاسو اړیکو زموږ لپاره ارزښت لرونکې ده، خو داسې چلند به کوي لکه دروغ چې وایې، 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 زنگ وهې بل څوک وي، موضوع به بیا له سره کوي 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 ټولني، 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 مرستې 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 گورو چې په ځینو ادارو کې کارکوونکو سره خبره کیږي، په دویمه یا درېیمه خبره کې یې چلند تریخېږي او داسې فکر کوو، چې گني رانه سترې شو.
- د زیاتره سترو ادارو او شرکتونو مشران په ناستو، رسنیو، شعارونو او تبغلیاتو کې همدا وایې چې: (موږ په خپلو پېرودونکو ډېر تمرکز کوو، ډېر پام ورته کوو) یا دا چې وایې: (زموږ پېرودونکي زموږ 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 کمزور خدمتونو او ناسمو چلند سره مخ شوي وي یا مخ کېږي.

د پېرودونکو خدمتونه ولې مهم دي؟ د CBI(Confederation Of British Industry) په نوم ادارې ۲۰۰۹ ز کال کې یوه سروې کړې وه، دوی هڅه کړې وه چې د پېرودونکو 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. کیفیت المونیم و PVC

▪ 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

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 ښه 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 ادارې 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. **نمای شیشه**

ریټز کارلن Ritz Carlton 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 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، صمیمي، تود او په زړه پورې چاپېریال لري.

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

شعار :

په ریټز هوټلونو کې (مور 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 وپارم چې ریټز کارلن یم. **نمای شیشه**

- ۱) زه ژورې اړیکې جوړوم او د ریټز هوټل مېلمانه تلپاتې کوم.
- ۲) زه د خپلو مېلمنو د ټولو څرگندو او ناڅرگندو اړتیاوو او غوښتنو مسؤلیت لرم.

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

۴) زه د بریا د اصلي فکتور په ترلاسه کولو خپله ونډه پېژنم.

۵) 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 ايز کار Team work لپاره زمينه برابروم او تر څنگ يې خپلو مېلمنو ته خدمتونه وړاندې كوم.
- ٨) زه دا فرصت لرم چې پرلپسې زده كړه او وده وكړم.
- ٩) زه په هغه كاري پلان كې دخيل/دخيله يم، چې پر ما اغېز كوي.
- ١٠) زه په خپل مسلكي چلند، ژبې او كار وپارم.
- ١١) زه د خپلو مېلمنو، همكارانو، شركت، اسنادو او گټو امنيت او خونديتوب ساتم.
- ١٢) زه د چاپېريال د پاك، هوسا او آرام ساتلو مسئول/مسئوله يم.

كلكين | دروازه | نماي شيشه

كيفيت المونيم و PVC



Saleem karwan Avenue,
Opp to Kabul private high
school.

kaifyaat@gmail.com

Fb: Kaifyaatpvc

۳.۱: موخې او اجراتو معيارونه ټاکل

که اشخاص، خانگي او اداري 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 معيارونه د اجراتو د تللو يا ارزولو لپاره دي، له دې د رضایت کچه معلومېږي او همدا مور 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 ځورېدلی
- بې تفاوته
- لږ خوښ
- خوښ
- هېجاني

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

یوازې دا بس نه دي چې مور ووايو مور تر خپله حده هڅه کوو، خدمتونه مو لوړ او ښه کړو، ځکه تر څو چې څرگندې موخې او معیارونه نه وي ټاکل شوي مور به څه پوه شو چې زموږ 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 مسؤلیت لري.
- ټیلیفون باید تر څلورو زیات زنگونه ونه وهي (تر څلورو زنگونو مخکې ځواب شي).
- څوک چې ټیلیفون ځوابوي د ستونزې د حل مسؤلیت هم باید په غاړه واخلي.

د اجراتو د گټورتیا لپاره معیارونه باید داسې وي لکه:

د لاس رسني ور

دروازه

نمای شیشه

د اندازې ور

PVC

المونیم و

زیار غوښتونکی

اړوند

وخت سره سم

ثابت

د لاس رسني ور :

که داسې معیارونه وټاکو چې د ترلاسه کېدو وړ نه وي او انسان ورته نه رسېږي؛ نو بلاخره به خلک ستړي شي او هلې ځلې به بس کړي. ښه معیارونه هغه دي چې د خدمتونو د مسؤل 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 معلومېږي چې د یوې څانګې چارې ولیدل شي او معلومه شي چې د ټاکل شویو معیارونو له مخې څومره ښې 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 مور باید ټولې پوښتنلیکونه په دوو ورځو کې ځواب کړو. دا بیا تلل او مدیریت کيږي.

زیارغوښتونکي: دروازه | نمای شیشه

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 مکډنالدز، مارکس او سپینسر، دوی زیار کاري 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

ډول فزيکي اړيکه ونه لري او وغواړي چې د لباس يو ځانگړی 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. بنيايي 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 ادارې لپاره وي، په دغو معيارونو بايد هر تن پوه شي او مراعت يې کړي. مثلاً په انگلستان کې ټول پېرودونکي په يو ډول د لوړ معيار خدمتونه تجربه کوي.

دویم فصل

د پېرودونکو پاملرنه عملي کول

زیاتره ادارې د پېرودونکو پاملرنې پروگرامونه عملي کړي، خو پکې ناکامیږي. زموږ بانک هم خو کاله مخکې یو طرحه عملي کړه، دوی یو کارتون جوړ کړ، د هغه په لاس کې به یوه پاڼه و او په پاڼه به د بانک د ادارې نوې پرېکړې لیکل شوې وې.

ما دا پاڼې لوستې وې، زیاتره وخت به مې ددوی په هغه مشهورو خانگو 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 پروگرامونه 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 گټې یې وسنجوي.

۲.۲ پېرودونکي پېژندل

لومړی باید دې پوښتنې ته ځواب پیدا کړو چې: (زموږ پېرودونکي څوک دي؟) که غواړو چې د لوړ کیفیت لرونکې خدمتونه وړاندې کړو نو لومړی باید پوه شو چې زموږ پېرودونکي څوک دي؟ تر ټولو څرګند ځواب یې دا دی: هغه خلک چې زموږ 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، مثلاً:

▪ د خرڅلاو څانګه باید پېرودونکي وپېژني او توکي پرې وپلوري.

- فرمایشات باید پوره شي.
- حسابونه باید مدیریت شي.
- ټولې څانگې باید له یو بل سره اړیکې ونیسي چې مثبتې 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 څانگو نه همکاري د بهرنیو پېرودونکو په برخه کې د ستونزو عمده دلایل دي. که موږ رښتیا غواړو چې پېرودونکي 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 وپوره یې کړي. **کښتۍ المونیم و PVC** 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 زنگ دروهي، دې پېرودونکي ستاسو شرکت ته د کار فرمایش ورکړی، ژمنه ورسره شوې چې چمتو شوی به وي خو تراوسه یې توکي نه دي ورسېدلي.

تاسو یې پوښتنې 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.

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 راوھي، معلومات يې څه ډول
ثبتيږي؟

▪ موږ يې چې اړيکه ځوابوو، ځان ورپېژنو؟

▪ اړيکه يې څنگه ځوابوو؟

▪ دا مسؤليت 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؟ **مای شپښه**

▪ دا ستونزه څو ځله تکرار شوې ده؟

▪ د تکرار مخه يې څنگه نيولای شو؟

د پېرودونکو د خدمتونو کلتور هله عاميږي چې ستونزو ته د پېرودونکو 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؟

- چا پورې اړوند وي؟
 - پروسه يې څنگه پر مخ ځي؟
 - که ستونزه يا تېروتنه وشي څه به کيږي؟
 - کوم سيستم ورته جوړ شوی او څنگه وده کولای شي؟
 - څنگه خپل سيستم له اوسني حالته ډېر زيات ښه کولای شو؟
- مور له خپلو پټو پېرودونکو مرسته اخیستی شو، دوی چې د پېرودونکو په حېث زموږ ادارې ته ورځي د سيستم او د پرسونل چلند ورته ښه معلومېږي، همدارنگه له شته پېرودونکو هم ځانته معلومات کولای شو، له دوی پوښتنې وکړئ چې:

- زموږ کارونه څنگه روان دي؟
- څنگه يې تر دې لار ښه کولای شو؟
- کلکين | دروازه | نماي شيشه

۲.۲ د پېرودونکو د پاملرنې پيل

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

- مور په کوم ځای کې يو؟

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

▪ مور چېرته روان یو؟

دا زموږ ستراتیژیک پلان دی.

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

موږ د ادارې په راس کې یو اتل ته اړتیا لرو او په دې کې هېڅ شک نشته چې د پېرودونکو پاملرنه زموږ د سوداگري مرکزي ټکي دی. د ادارې د مشر مسؤلیت دا دی چې زموږ ټاکلې موخې وڅاري، ویې گوري چې موږ ورته لاس رسی کولای شو او پلان مو د همدې له مخې جوړ کړی دی که نه؟

په دویم گام کې هرې ځانگې ته یو مشر په کار دی، دا مشر ددې لپاره وي چې د خپلې ځانگې کارونه و ارزوي، ویې گوري چې موخې ته د رسېدو لپاره

خومره کار کېږي 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 ځانگه کې یو بل کس ته هم اړتیا وي، د هغه مسؤلیت دا وي چې بدلونونه له نږدې وڅاري.

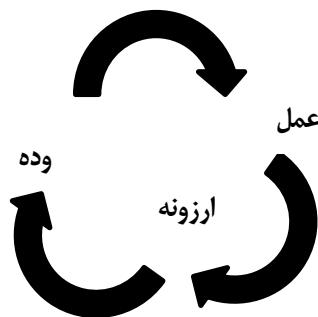
دا کس باید خپل سیستم وڅاري او وگوري چې له پېرودونکو سره څنګه چلند کېږي، تر څنګ یې باید اړوند ځانگو سره هم خبرې اترې وکړي، له نویو بدلونونو یې خبر کړي، چې هغوی دا بدلونونه درک کړي، ویې مني او د خپلو خدمتونو کیفیت ته وده ورکړي. د خدمتونو څرگند معیارونه باید په ټوله اداره کې ومنل شي او له هغې وروسته په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

بدلون چې راغی بیا ادارو کې کارونه د خپلو شته معیارونو او لارو چارو له مخې لیدل او ارزول کیږي، ترڅنگ 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 بدلېږي چې پېرودونکي یې د بدلون اړتیا حس کړي، پر دې سربېره بهرني 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 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 تللی شي؟ او دا دوران همداسې تکرارېږي.



۲.۳ : مور څنگه روان یو؟ (تشریحی قضیه - ستار بکس)

ستار بکس په ۱۹۷۱ ز کال کې کار پیل کړ، دوی لومړی د قهوی یوه وړه هټی 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 چاپیریال هم ښه و، ددوی په هټی کې د نورو په پرتله د پېرودونکي ښه خدمت کېده.

نن دا دی د نړۍ په ۵۰ هیوادونو کې له ۱۵۰۰۰ زیاتې هټی لري، د قهوی لومړی لاس پخوونکي او پلورونکي دي، خو پوښتنه دا ده چې دوی څنگه 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 ستار بکس فېسبوک پاڼه نږدې پنځه میلیونه خوښوونکي

لري، دوی په خپله فېسبوک پاڼه انځورونه، ویډیوګانې، لیکنونه او لیکنې خپروي، خلک نمانځنو ته رابلې، ټول مینه وال یې د بحث او خبرو اترو لپاره یوه ازاده فضا لري.

(۳) یوتیوب. ددې شرکت یوتیوب چپنل تر ۵۰۰۰۰ زرو مینه وال لري، دوی په دې چپنل کې معلوماتي او تبلیغاتي ویدیوگانې خپروي، د قهوهو بېلابېل ډولونه معرفي کوي او کله کله د خپلو خیریه کارونو ویدیوگانې هم پورته کوي.

(۴) 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 ستارېکس 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 گڼي. کیفیت المونیم و PVC

(۵) دوی یو بلاگ هم لري، د بلاگ 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. بلاگ پېرودونکي خبر ساتي چې ددوی مفکورې تر کومه ځایه عملي شوي او وړاندیزونه یې څومره منل شوي دي.

له دې معلومېرې 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 گني لوړ دی او لاسرسی ورته نه کیږي، ځکه د ستار بکس شرکت یې یوه ښه بېلگه ده، دوی د معلوماتي ټکنالوجی 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 راولړ دي چې پېرودونکي یې له شرکتونو تمه لري، په دې سایټ کې چې ستار بکس شرکت ته خپلې ایډیاوې پرېښودل کیږي په اصل کې همدا د پېرودونکو تمې دي.

۴.۲ د اړیکو مهارتونه زده کول | دروازه | نمای شیشه

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

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 گیله منو پېرودونکو سره چلند**

پېرودونکي چې گیله 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، زموږ مسئولیت دا دی چې هغوی لومړی آرام کړو او بیا یې په قلاړه 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 آرام 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 کیږو، په مهربانۍ یې اورو خو تر هغې بښنه نه غواړو چې موږ په تېروتنه باوري شوي نه یو، چې زموږ ده که د هغوی. ددې چلند گټه دا ده چې څه موده وروسته به د هغوی غوسه سره شي، احساسات به یې کم شي، په داسې وخت کې زیاتره خلک بېرته بښنه غواړي او دا مني چې خبرې یې ډېرې تندې او احساساتي وي، بیا خپله درنه هیله کوي چې د ستونزې د حل لپاره منطقي دلیل باید ولیدل شي.

د هغوی غوسه چې سره 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 وگرځئ.

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 راتلونکي کې ورسره بیا د ښې معاملي (سوداګرۍ) هیله مندي ښیو.

■ د بدن اشارې

د سوداګرۍ په نننۍ 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 لاپسي ستونزمنولای شي. له گيله منو پېرودونکو سره د خبرو اترو پر وخت له لاندې حرکاتو ځانونه ساتو:

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

د خلاصو پوښتنې بېلگې:

- اصلي ستونزه څه ده؟
 - تاسو راته ويلاى شئ چې څه شوي؟
 - زه در سره څه مرسته کولای شم؟
- دا خلاصې پوښتنې د پېرودونکي حقايق، اندونه او وړاندیزونه روښانه کوي، داسې پوښتنې هله کيږي چې مور و غواړو له پېرودونکي د ستونزې په اړه معلومات ترلاسه کړو.

تړلې پوښتنې

تړلې پوښتنې هم بې ارزښته نه دي، دا په خپل ځای خپل ارزښت لري، تړلې پوښتنې مشخص معلومات ترلاسه کوي، تړلې پوښتنې ددې لپاره کيږي چې پېرودونکی زموږ نظر تائيد کړي، ځوابونه يې لندوي يا زياتره په (هو يا نه) ځوابيږي.

مثلاً: کیفیت المونيم و PVC

- چا در سره خبرې کړې وې؟
- کله مو زنگ راوهلی و؟
- ايميل ادرس مو څه دی؟
- ستونزه مو نه ده حل شوې؟
- کومې شمېرې ته مو زنگ وهلی و؟
- تاسو (فلانې) نومېږئ؟
- له کوم ځای مو اړیکه نيولې؟

تعقيبې پوښتنې

گټوره اورېدنه هغه ده چې تعقيبې پوښتنې په کې وشي، تعقيبې پوښتنې د لاندې موخو لپاره کيږي:

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

مثلاً:

د رښتيا؟ يا؟ او بيا؟ په کارولو کولای شو چې پېرودونکی خپلې خبرې راسره وغځوي، همدارنگه مور هم هغه ته دا احساس ورکولای شو چې گني له خبرو سره يې علاقه لرو او غمېدلې راباندې نه دي.

کيفيت پوښتنو بېلگې: PVC

- ښه نو مور درته ويلې وو چې يوه اونۍ کې به مواد در

ورسيږي، تاسو ته شونې ښکارېده؟

- تاسو راته وويل چې له خدمتونو راضي نه ياست؟ څه شوي

دي؟

- ومو ويل چې ستاسو په زړه کار نه دی شوی، تاسو څنگه

غوښت؟

- ښه زموږ حل لاره ښايي سمه نه وي، تاسو څه غواړئ؟

گټوره غور نيونه

موږ چې چاته غور نيسو او خبرې يې اوږو موخه مو دا وي چې معلومات ترې ترلاسه كړو، دا معلومات له درېيو لارو ترلاسه كيږي:

- توري
 - د غږ تڼ
 - د بدن اشارې
- دغه درې واړه عناصر چې سره يو ځای شې، بيا 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 يوې محاسبې له مخې په پيغام ترلاسه کولو کې د درې واړو عناصرو سلنه په لاندې کچه ده:
- ۷٪ پيغام له هغو تورو يا کليمو اخلو چې اوږو يې.
 - ۳۸٪ پيغام د مقابل لوري د غږ له تڼه اخلو.
 - ۵۵٪ پيغام د مقابل لوري د بدن له اشارو ترلاسه کوو.
- په مخامخ خبرو اترو کې اورېدل يا غور نيول يو څه ستونزمن وي. دلته يو څو يادونې کوو، دا هغه مسایل دي چې د گټورې غورنيونې په برخه کې يې خنډونه بللی شو:

- اورېدونکي ځينې تيارې مفکورې لري.
- اورېدونکی / اورېدونکې فکر کوي چې تر ويناوال ښه پوهيږي.
- اورېدونکي د نورو شيان په اړه فکر کوي.
- اورېدونکی ستړی او ناراحته وي.

- اوریدونکی له ویناوال خوریري.
 - اوریدونکی له دې ویریري چې خپل فکر ووايي.
 - که ویناوال په خبرو یا مفاهمه کې ستونزه ولري په اوریدونکي بده اغېزه کوي.
 - په اورېدو کې بهرنی شور او مزاحمت ډېر وي.
- ځینې داسې تخنیکونه شته چې په کارولو یې مور د اورېدو مهارت زیاتولای شو، دا تخنیکونه په دوه ډوله دي:

- شفاهي
- غیر شفاهي

شفاهي

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

نمای شیشه

کیفیت المونیم و PVC
رونیتیا
- ډاډمنتیا

رونیتیا

که مور 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 روڼتیا عنصر کمزوری وي او مور د مقابل لوري موخه یا پیغام سم نه شو ترلاسه کولای، په داسې حالاتو کې ځینې پوښتنې باید وشي چې موضوع روښانه شي، مثلاً:

- بنه 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 څانگې سره خبرې نه دي کړي، چې څه بجې باید ورته زنگ ور ووهئ؟

ډاډمنتیا

ځینې وخت موږ د پوښتنې پر ځای یوازې ځان ډاډه کوو، مثلاً 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 تیارېږي کنه؟

- تاسو وویل چې خپل فرمایش به بېرته رد کړئ، سمه ده؟
- بنه تاسو وویل چې موږ باید درته زنگ 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:

- خوره موسکا
- سر خوځول

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

دا تخنیکونه د ویناوال خبرو ته ستاسو پام او ورسره علاقه څرگندوي، هغه ته دا احساس ورکوي چې تاسو یې خبرو ته ارزښت ورکوی. دا ټول تخنیکونه باید تمرین شي، په تمرین زده کېږي او ښه اوږدونکی 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 حرکتو واکمن یو کولای شو چې فکر او اخیستنه وکړو.
- کیفیت المونیم و PVC
- دا د بد حالت په ښه کولو کې مرسته کوي.

▪ د غوسې او تريخوالي 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 ادارې استازولي کوئ.

پېرودونکو سره ټیلیفوني خبرې

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

- کمپیوټر کې کار کول

- په بل موبایل مسجونه کول

- خواږه خوړل

- څښاک کول

- د نورو اورېدل

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

کیفیت المونیم و PVC

- اورېدل

- پوښتنې کول

- د ستونزو حل کو.

که غواړو چې تیلیفوني خبرو کې پر مقابل لوري ښه اغېز وښودو، نو لاندې سپارښتنې باید په نظر کې ونیسو:

- خبرې له خپل عادي حالت له لږې آرامې وکړئ.

- موسکا وکړئ.

▪ خوره لهجه وکاروی.

▪ په مهمو ټکو ټینگار وکړی.

▪ رڼې خبرې وکړی.

▪ مثبت ووسئ (ووابی چي څه درته کولای شم)

▪ مختصرې خبرې وکړی.

▪ مبهم یا گونگ کلمات مه کاروی.

▪ توضیحات ورکړی.

▪ د بدن حرکات وکړی (بادي لینگویج)

▪ طبیعي خبرې وکړی.

تلین | دروازه | نمای شیشه

کیفیت المونیم و PVC

زرین اصول:

👉 خپل غږ ښکلی کړی، دا د خبرو په چټکتیا او غږ پورې اړه لري.

👉 په خبرو کې مناسبې دمې واخلي.

👉 جملې په خپل وخت ادا کړی.

👉 خپل پیغام لنډ او روڼ ورسوی.

ابهام مه راولی. 👍

که د پوښتنې ځواب د پېرودونکي لپاره معلومات درسره نه وي، له ځانه معلومات مه ورکوی.

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 واخلي.

ورکړې ژمنه عملي کړئ، گنې بلي ستونزې سره به مخ شئ.

که مو کوم پېرودونکي سره ژمنه وکړه چې معلومات کوئ او بیا زنگ ور وهئ، ځانته یو وخت وټاکئ، چې له دې ساعته پورې باید معلومات ورکړئ، خبره شاته مه غورځوی، چې څه بیا به معلومات ورکړم، هڅه وکړئ چې پېرودونکي ته هم د معلوماتو دقیق وخت ونیئ او په هماغه وخت ورسره اړیکه ونیسئ. **ډیر لنډ تنگ وخت هم مه ورکوی، 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 به باوره نه شئ، گني بنایي دا ځل هغه د تېرې ستونزې تر څنگه 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 پوهیږئ او کیدای شي ځواب مو نیمگړی وي. د هغوی له خبرو سره علاقه ونیږئ، 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 واخلي، 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 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 ووايي، خو ځان داسې مه معرفي کوئ چې هغه فکر وکړي گنې د ځان صفت کوئ.

وروستی خبره | دروازه | نمای شیشه

د پېرودونکو خدمتونه لویه موضوع ده، په خبرو کولو لږسکونه یا ښايي سلگونه 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 لومړتوبونو په سر کې وي، بیا هم تکرارو چې پېرودونکي بيو ته نه چلند او خدمتونو ته گوري، که په

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**