

## العوامل المؤثرة علي سياسة تقديم الخدمة ا

تُعتبر السياسة المتعلقة بتقديم الخدمة جزءًا أساسيًا من استراتيجية أي منظمة. تلعب العوامل الداخلية دورًا كبيرًا في تشكيل هذه السياسة، مما يؤثر بشكل مباشر على تجربة العملاء ورضاهم. فيما يلي بعض العوامل الداخلية الرئيسية التي تؤثر على سياسة تقديم الخدمة:

### 1. ثقافة المنظمة

تُشكل ثقافة المنظمة الأساس الذي يُبنى عليه سياسة تقديم الخدمة. إذا كانت ثقافة المؤسسة تُعزز من قيمة خدمة العملاء وتعتبرها جزءًا أساسيًا من استراتيجيتها، فسيظهر ذلك في سلوك الموظفين وطريقة تعاملهم مع العملاء. المؤسسات التي تضع العميل في مركز اهتماماتها تتمتع عادةً بمعدلات رضا عالية.

### 2. تدريب الموظفين

يعتبر تدريب الموظفين من العوامل الحيوية في تحسين جودة الخدمة المقدمة. يتعين على المؤسسات استثمار الوقت والجهد في تدريب موظفيها على مهارات التواصل وحل المشكلات. الموظفون المدربون جيدًا يتمتعون بقدرة أفضل على التعامل مع استفسارات العملاء وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال، مما يعزز من رضا العملاء.

### 3. السياسات والإجراءات

تتضمن السياسات والإجراءات التي تتبناها المؤسسة كيفية التعامل مع العملاء، وكيفية تقديم الخدمات. إذا كانت السياسات مرنة وتسمح للموظفين باتخاذ قرارات سريعة، فهذا يُمكنهم من تلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر فعالية. أما السياسات الصارمة التي تفتقر إلى المرونة فقد تؤدي إلى عدم رضا العملاء.

### 4. الموارد المتاحة



تشمل الموارد كل ما تحتاجه المؤسسة لتقديم خدماتها، من المعدات والتكنولوجيا إلى عدد الموظفين. المؤسسات التي تستثمر في التكنولوجيا الحديثة وتوفر الموارد الكافية لموظفيها تكون أكثر قدرة على تقديم خدمة عالية الجودة. يؤدي نقص الموارد إلى إبطاء العمليات ويؤثر سلباً على تجربة العميل.

## 5. نظام المكافآت

يلعب نظام المكافآت دوراً حيوياً في تحفيز الموظفين. إذا كانت السياسات تشجع على تقديم خدمة ممتازة من خلال مكافآت مثل العلاوات والترقيات، فإن ذلك يحفز الموظفين على تحقيق أداء أعلى. الموظفون الذين يشعرون بالتقدير يميلون إلى تقديم خدمة أفضل.

