

## أربع خطوات لبناء اتصال فعال مع العملاء

وهي الخطوات التي يجب تطبيقها بعد تحديد الاستراتيجيات اللازمة لبناء علاقة قوية مع العميل يكون أساسها الثقة. أي أنها المرحلة العملية التي تلي وضع خطة العمل.

### الخطوة الأولى: التحية الاحترافية

لقد ذكرنا سابقاً أن المهارات الاحترافية وتبادل التحايا مع العميل للمرة الأولى تركز على ترك انطباع أولي ممتاز يكون أساساً لعلاقة قوية. لذلك، يجب أن نخاطب العميل باسم شهرته. وتختلف العبارات الاحترافية بحسب الثقافة واللغة. فمثلاً، عبارات: "السلام عليكم" و "صباح الخير" , طاب صباحك" و "طاب مساءك" كلها تعتبر عبارات احترافية ودودة تنقل مشاعر الود والاحترام. وتكون دائماً مصحوبة بابتسامة هادئة، والمبادرة إلى المصافحة باليد إذا كان ذلك ممكناً.

### الخطوة الثانية: التعريف بالنفس وبناء الثقة

ويكون ذلك بالتعريف بالاسم واسم الشركة التي تمثلها بهدوء ووضوح. وذلك لأن الأسماء قد تكون صعبة النطق والحفظ بسبب اختلاف اللغات والثقافات.



(صباح الخير آنسة منى. أنا إسمي "عادل أمين" وأعمل في الجمعية الدولية للتدريب على الأعمال (IBTA). ونعمل على تقديم برامج تدريبية دولية تهدف إلى تحسين وتطوير مهارات الموظفين.)

وقد تكون هذه هي المرة الأولى التي يسمع فيها العميل باسم شركتك ومنتجاتها وخدماتها، لكن تعريفك لها بهذا الشكل قد يزيد من اهتمامه ورغبته في سماع المزيد.

بالإضافة إلى ذلك، تعتمد هذه الخطوة على تطبيق المهارات التي تعلمتها في استراتيجيات بناء الثقة والتي قد تختلف من عميل إلى آخر بحسب نمط العميل والطريقة التي يفضلها. وبالرغم من ذلك يجب أن تركز على النقاط التالية:

- مخاطبة العميل باسمه واسم شهرته
- الصدق
- اللطف واللباقة
- الاستعانة بمصدر موثوق إذا أمكن ذلك
- التركيز على العوامل والاهتمامات المشتركة
- استخدام عبارات المجاملة بلباقة

#### الخطوة الثالثة: التركيز على الهدف

ترتكز مهمتك في هذه المرحلة على التالي:

- تقديم عرض وشرح يتجاوز معه العميل، بحيث يشعر العميل بأهمية ما ستعرضه عليه ويتجاوب معه.
- تقديم معلومات شاملة عن هدف المقابلة أو الاتصال وتغطي الموضوعات التالية:
  - تحديد احتياجات العميل التي يليها العرض الذي تقدمه (منتج أو خدمة)
  - تحديد التحديات والمشاكل التي يواجهها العميل
  - شرح وتفسير الحلول التي يقدمها منتجك أو خدمتك
  - طلب الإذن من العميل لتقديم العرض بالتفصيل عن طريق سؤال بسيط لا تنحصر الإجابة عليه بـ (نعم) أو (لا). كالتالي:  
"أشكرك على منحي هذه الفرصة من وقتك الثمين للتحدث معك يا سيد "عمر". أود أن أعطيك باختصار فكرة أفضل عن الطريقة التي تتبعها مؤسستنا لمساعدتك في توفير المال عبر نشر إعلانات في الصحف، وكذلك تأمين أفضل وسائل لتحقيق الاستجابة والتفاعل من العملاء."  
أولاً: "سأكون شاكراً لك إذا أعطيتني فكرة عما إذا كانت حلولنا تجد قبولاً لديك في الوقت الراهن. "كما يمكنك تحديد التحديات التي يمكن أن تواجهونها حالياً"

أخيراً: هل لي أن أسأل؟ متى كانت آخر مرة تعاملتم فيها مع الإعلانات في الصحف.

تساعد هذه الطريقة في تقديم اقتراح يستفيد منه العميل ويجذب انتباهه بخصوص تقليل التكاليف وتأمين أكبر استجابة مع الإعلانات. كما سيساعدك أن تقوم بتهيئة الوضع ليقوم العميل بتحديد الاستفادة من عرضك ويرى في حلولك ما تسعى مؤسسته للحصول عليه.

### الخطوة الرابعة: السماح للعميل بطرح الأسئلة

وذلك بطلب الإذن – بهدوء لمتابعة العرض أو بطرح أسئلة يمكن للعميل أن يجيب عليها أو السماح للعميل بطرح الأسئلة. وعندها يمكنك أن تحدد أن تكمل بقية العرض وشرح مزيد من التفاصيل والانتقال شيئاً فشيئاً إلى مرحلة تأهيل العميل.

وإذا كان تجاوب العميل سلبياً أو بشكل غير مؤكد، يمكنك الانتقال إلى طرح أسئلة مباشرة بغرض تحديد التحديات التي تواجهها مؤسستهم وكيفية مساعدتهم على توفير أفضل الفرص والحلول. فمثلاً، يمكنك طرح السؤال التالي: "هل تسمح لي يا سيد عُمر بطرح بعض الأسئلة لتحديد كيف يمكننا أن نعمل معاً في تقليل وتخفيض نفقات مؤسستكم التسويقية؟"