[V1]

Introduction

[p1]

لو انت موظف خدمة عملاء وبترد على الناس عن طريق السوشيال ميديا، فـ انت محتاج يكون عندك مهارات قوية تساعدك على كتابة ردود فعالة على تويتة مثلا او ريفيو على منتج، مع الأخذ في الاعتبار إن آلاف الناس هتقرأ كلامك وتشيره في كل حتة. و دا معناه انك محتاج دايما ترد ردود صحيحة و تنقل بيها العميل لحوار خاص بينك وبينه علشان تكسب ثقته.

أهلا بيكم انا انجى نبيل

Training and development senior specialist

وهساعدك في كورس

serving customer using social media

خدمة العملاء باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واللي بيتكلم عن تطوير كل المهارات اللي هتخليك موظف خدمة عملاء ناجح على السوشيال ميديا

وهتتعلم ازاي تقدر ترد على العميل لو استفزك وازعجك، أو هددك بالتشهير على السوشيال ميديا. الكورس دا مش مجرد كلام نظري، وهتتعلم فيه ازاي تبني كارير جديد عليك كموظف خدمة عملاء على السوشيال ميديا. جاهز نبدأ رحلتنا؟ يلا بينا

[V2]   
  Respond quickly to customer inquiry

[P1]

في كتير من العملاء نقدر نوصفهم بأوصاف مختلفة. عميل مُلِح، عميل تاني عاطفي، واحد تالت يلفت انتباهك، أو حتى عميل بيتواصل معاك بشكل كويس. لكن مش هتلاقي عميل صبور أو أعصابه هادية؛ لأن كل عملائك على السوشيال ميديا، لما بيتواصلوا مع حد بيتوقعوا رد في ساعتها، لدرجة انهم ممكن يختاروا شركة تانية بناءً على سرعة الرد والتواصل.

[P2]

ودا لأنهم متوقعين إن ردود خدمة العملاء على السوشيال ميديا لازم تكون أسرع من الردود اللي بتيجي من الايميل، وكمان أفضل من الانتظار على مكالمة وهو بيسمع موسيقى.

في دراسة اتعملت في 2019 على اكتر من 2000 شخص في أمريكا و إنجلترا من مختلف الأعمار وكمان مرتباتهم متفاوتة، عشان يشوفو ازاي المستهلكين بيتفاعلوا مع العالم الرقمي.

[P3]

وكان السؤال ايه هي المدة الزمنية اللي انت متوقع تنتظرها للرد على سؤالك من شركة ما على منصات التواصل الاجتماعي؟. تفتكر كان ردهم ايه؟

النسب الكبيره كانت كالتالى

29% من المشاركين في الدراسة ردوا بأنهم متوقعين ينتظروا 4 ساعات للرد على سؤالهم، ودا يعتبر منطقي جدا. لكن في كمان 32% قالوا ساعتين بس، لكن المفاجأة إن 31% توقعوا إن الشركة ترد على استفسارهم في خلال نص ساعة بس.

[P4]

إذن، إنت محتاج وقت اد ايه عشان ترد على سؤال على بوست في الفيس بوك؟ مش محتاج دراسة هنا لان فيسبوك نفسه بيكافأ الشركات اللي بترد على العميل بسرعة في الرسايل الخاصة بـ

Messages Badge

بدرجة

Very Responsive

[P5]

وعشان تكسب البادج دا، صفحة الشركة على الفيس بوك لازم تاخد

rate

90% على ردودها بسرعة على العملاء في خلال 15 دقيقة او

less consistently over seven days

و اكيد طبعا مش هتقدر ترد على العميل بخصوص مشكلة او سؤال في اقل من ساعة، لكن ممكن ترد على تويتة في الوقت دا.

[P6]

تعالوا ناخد مثال

مريم أحد عملاء لشركة بتبيع معدات فنية، وكتبت تويتة للشركة دي عشان مشكلتها تتحل.مريم كتبت التويتة وعرضت مشكلتها الساعة 11:30 الشركة ردت في نفس اليوم الساعة 11:45. يعني بعدها بدقايق. في الوقت دا الشركة محلتش المشكلة؛ لإن حلها ممكن ياخد رسايل كتير بينك وبين العميل، بس الشركة قدرت تكسب ثقة مريم في خلال ربع ساعة بس لأنهم وصلولها إنهم مهتمين بحل مشكلتها في أسرع وقت. وبالفعل الشركة تواصلت مع مريم وتم حل المشكلة.

[P7]

في السوشيال ميديا كل ما تكون أسرع في الرد على العملاء كل ما يكون أفضل ليك انك تكسبهم. فكر في إن الدقايق بتفرق، ووقتها بس هتقدر توصل لتوقعات العميل وتفوقها كمان.

[V3]

Handle channel pivots gracefully

[P1]

تتقدر تتخيل مدى غرابة شركة، العملاء كل ما يتصلوا بيهم أول حاجه يسمعوها شكرا على اتصالك، ممكن تبعتلنا رسالة على الايميل؟ شكرا ليك، مع السلامة؟.

للأسف دي ظاهرة بتحصل كتير على

social media channels

قنوات التواصل الاجتماعي المختلفة، وسببها ان الشركات بتفضّل انها تحل مشكلة العميل بالطرق التقليدية زي التليفون او الايميل. في كل مرة بتطلب من العميل انه ينقل شكوته من قناة لقناة تانية على السوشيال الميديا، دا اللي بيعرف باسم

Channel pivot

[P2]

في كل مرة بتطلب من العميل انه يكلمك على التليفون بدل ما يعملك تويتة، او يوصلك على الفيس بوك فتطلب منه يبعت ايميل، كل ده من اشكال الـ

Channel pivot

فمينفعش تكتفي بانك تشكره على تواصله معاك وبعدين تطلب منه يغير وسيلة التواصل دي.

لازم تشرحله السبب لحاجة زي كدا. يعني مثلا انك عايز تحمي كل بيانات العميل زي رقم حسابه او رقم التأمين الاجتماعي او تاريخ ميلاده من وجودهم على منصات عامة، دورك إنك توضحلهم انك عايز تحمي خصوصيتهم.

[P3]

خلينا نفهم أكتر من خلال المثال ده عمر عميل لأحد البنوك، كتب كومنت على الصفحة الخاصة بالبنك عشان يستفسر عن حاجه، البنك طلب منه إنه يبعتله رسالة خاصة عشان يتواصل معاه وياخد منه بعض البيانات الخاصة اللي مينفعش إنها تتكتب على صفحة البنك على الفيس بوك.

[P4]

خد بالك هنا ازاي موظف البنك وضح للعميل سبب تغيير طريقة التواصل معاه.

فـ انت كموظف خدمة عملاء على السوشيال ميديا وظيفتك الأساسية هي تسهيل الأمور كلها على العميل، ولما تطلب منه يغير طريقة تواصله معاك لقناة تانية، لازم توضحله سبب حاجة زي كدا، علشان يعرف ان بياناته وخصوصياته أهم حاجه عندك، وبالتالي ثقته فيك وفي الشركة هتزيد.

[V4]

When and how to move the customer to a private channel

[P1]

تخيل إن شخص قاعد في قاعة هادية في مكتبة عامة، وفجأة فتح تليفونه واتصل بخدمة العملاء علشان يطلب منهم يلغوا الرسوم المتأخرة عليه، في حين ان كل اللي معاه في القاعة سمعوا المحادثة conversation دي.

[P2]

خدمة عملاء من خلال منصات التواصل الاجتماعي عاملة زي الموقف دا. لان فيس بوك وتويتر منصات اجتماعية والعميل بتاعك ممكن يسأل سؤال قدام آلاف الناس اللي بتتابع وبتقرأ تعليقاتك وردودك عليه. وفي مواقف معينة انت تقدر توفرله فيه خدمة افضل لو غيرت التواصل معاه لطريقة تانية أكثر خصوصية.

[P3]

في تويتر مثلا تقدر تستخدم الـ

Direct message

وفي فيس بوك تقدر تستخدم الابلكيشن الخاص بالرسايل. وخلينا نستعرض دلوقتي بعض المواقف اللي هتحتاج فيها تكلم العميل بشكل خاص شوية.

[P4]

الموقف الأول هو إن عميل عايز يعرف بيانات خاصة بيه من خلال كومنت على فيس بوك أو تويتة على تويتر، انت هنا عايز تحمي بيانات خاصة للعميل مينفعش انها تظهر للعامة، على السوشيال ميديا زي رقم حسابه في البنك، رقم تأمينه الاجتماعي، أو حالته الصحية.

[P5]

هو أكيد مش قاصد إنه يشارك بياناته الشخصية قدام الناس، بس الحقيقة إن فيه ناس فعلا محتاجة مساعدتك وممكن يكونوا نسيوا او مش مهتمين أصلا بفكرة ان دي منصة عامة، فعشان تحمي بياناتهم بلغهم انهم محتاجين يتكملوا معاك عن طريق الرسايل الخاصة علشان تقدر تساعدهم.

[P6]

موقف تاني، لو لاحظت ان العميل بتحكمه العاطفة في وقت ما بيكتب شكوته على تويتر أو فيس بوك، والموضوع تخطى مجرد

tweets

أو

comments

متبادلة

وهو بقى عصبي اكتر ومسيطر عليه الغضب، هنا لازم تنقل الكلام لمنصة رسايل خاصة للتواصل سواء على فيس بوك أو تويتر.

[P7]

عرفنا بعض المواقف اللي احنا محتاجين نرد فيها على العميل بشكل خاص، دلوقتى بقى تعالى نشوف بعض المواقف التانية اللي احنا محتاجين نعمل فيها العكس، لازم نرد على العميل في تويتة أو كومنت علشان كل الناس تشوفه.

[P8]

تعالى نوضح ده بمثال، لو عميل عنده مشكلة ان الابلكيشن بتاع شركتك مش شغال على الموبايل ولا على اللاب توب، فدا هيكون حاجة كويسة انك تجاوبه بشكل علني قدام الناس، عشان اللي عنده نفس المشكلة يشوف الحل دا ويعمله بدل ما يتواصل معاك، لكن لو المشكلة ليها علاقة بيه هو وبس، او محتاج دعم زيادة في حاجة معينة غير باقي العملاء، ساعتها الأفضل انك تجاوبه بتواصل خاص بينك وبينه.

[P9]

خلي بالك دايما إنك توافق على الطريقة اللي العميل حابب يتواصل من خلالها، حتى لو كنت انت شايف ان سؤاله مش مستاهل التواصل الخاص ما بينكوا، ده هيخلق علاقة كويسة بين العميل والشركة ويخلي العميل حابب التواصل معاك مرة تانية وده بيزود انتمائه للشركة.

[V5]

Use an informal but professional tone

[P1]

مفيش أسوأ من انك تستخدم أسلوب formal او رسمي جدا في كتاباتك على السوشيال ميديا. الموضوع عامل زي انك تلبس بدلة وانت رايح حفلة مع صحابك، دا معناه انك أصلا مش عارف انت قاعد فين. عشان كدا في الرسالة اللي انت بترحب فيها بحد في ايميل بتقول

Dear mr. Ali

مينفعش تستخدم الطريقة دي على السوشيال ميديا، لازم يكون كلامك اقل رسمية وترحب بيه بحاجة زي عامل ايه او يارب تكون بخير او ازاي اقدر اساعدك؟

[P2]

واكيد طريقة زي دي مش خالية من الخطر، لكن المخاطرة فيها بتكون في انك تنحرف عن رسمية العمل وتتعامل بطريقة غير مهنية. وبجانب ان الكلام بطريقة غير مهنية هيسبب إحراج للشركة، في سبب تاني يخليك تحافظ على مهنيتك في الكلام، وهو ان العميل لما بيكلمك بيكون جايلك يشتكي او طالب منك مساعدة وهو في حالة غضب أصلا، فاستخدامك لأسلوب غير مهني في الحوار هيخليه يغضب من الشركة اكتر واكتر.

[P3]

يبقى انت محتاج تستخدم لغة غير رسمية بس مهنية بردو في نفس الوقت. طب ازاي نعمل ده؟ تعالى ناخد مثال

عميل كتب تويتة بيقول انا اشتريت كتب رسم وتلوين لأولادي وأنا عارف ان جودة الطباعة عندكم عالية لكن المرة دي ماكنتش عند توقعاتي، كان فيه مشاكل في الطباعة والألوان.

[P4]

موظف خدمة العملاء رد على التويتة وقال شكرا جدا انك قولتلنا، احنا بنعتذرلك و هنتواصل مع الفريق المسؤول عن المطابع ونشوف اذا كان ممكن نستخدم طابعات أفضل من الموجودة حاليا.

[P5]

رد الموظف على العميل كان غير رسمي لكنه مهني جدا. انت كمان محتاج تتصرف بشكل غير رسمي بس مهني في المشاكل اللي زي كده، حاول تكلم العميل على السوشيال ميديا كأنك بتكلمه face to face متحاولش تحط حواجز ورسميات كتير علشان العميل ميحسش إنه بيتكلم مع

robot أو إنسان آلي.

[V6]

 Show empathy in your responses

[P1]

في الفيديو ده هنتكلم عن ازاي تستخدم مهاراتك كموظف خدمة عملاء في حياتك الشخصية مع اصدقائك وعيلتك.

على سبيل المثال، لو اخوك بيقولك انا تعبان في شغلي و ديما مديري بينتقدني قدام الناس كلها، انا بفكر استقيل و انت رديت عليه للأسف ده سبب يخليك مضغوط في شغلك، وانا متفهم انت ليه بتفكر في الاستقالة.

[P2]

دا التعاطف اللي انت بتستخدمه مع أي حد يهمك، بس التعاطف دا مهارة في حد ذاتها متستخدمهاش مع اهلك او اصحابك بس، لا انت محتاج كمان تستخدمها مع العميل وانت بتتواصل معاه كتابياً، وهنا مهم تفهم الفرق بين العطف والتعاطف. العطف هو الإشفاق والحزن على شخص بيمر بظروف صعبة.

[P3]

اما التعاطف هو انك تحط نفسك مكان الشخص في مشكلته. فمثلا لو شخص كتب بوست عن شركتك انه بيحاول يطبع حاجة مجانية من الموقع، والموقع طالب منه تكلفتها وقال انا تعبت من استخدام الموقع بتاعكو اللي عمره ما اشتغل. هنا لو هتعطف عليه ممكن تقول احنا اسفين على الخلل دا في موقعنا، من حقك تطبعها بالمجان دلوقتي، بنتأسف على المتاعب اللي سببناها.

[P4]

لكن لو هتتعاطف ممكن تقول عندك حق موقعنا لازم يطبعهالك بشكل مجاني من اول مرة. احنا صلحنا الخطأ دا ودلوقتي تقدر تطبعها، شكرا ليك. هنا التعاطف معناه انك حطيت نفسك مكان العميل وشوفت المشكلة من وجهة نظره هو ولما تتعامل معاه على الأساس دا هيفهم انك قريت مشكلته وردك عليه كان في محله. فدي مهارة محتاجة شوية تدريب عليها.

[P5]

عميل تاني مكنة القهوة بتاعته اتكسرت و كان رد موظف الشركة انه متفهم للوضع اللي هو فيه. في الحقيقة سهل جدا تشك في شكوى العميل وخصوصا النوعية اللي بتبقى عايزة تعويض هما ميستحقهوش او عايزين خصم كبير جدا اكبر من اللي عرضاه الشركة، وعشان كدا هيبقى صعب انك ديما تستخدم التعاطف مع العملاء،

[P6]

فكونك موظف خدمة عملاء على السوشيال ميديا، دا هيطور كتير من مهارة التعاطف مع العميل وافتكر دايما ان العميل محتاج منك تفهمه أكتر ما تعتذرله. فلما تتعاطف معاه وتفهمه فعلا هتقدر تتواصل معاه بنجاح ومع كل اللي بيشوفوك على السوشيال ميديا.

[V7]

Incorporate details the customer has shared

[P1]

عمرك قبل كدا اتسألت اذا كنت موظف خدمة عملا حقيقي ولا لأ؟ يمكن سؤال غريب، لكن موظف خدمة عملاء السوشيال ميديا دايما بيتسأل السؤال دا، لان العميل بقى شايف ان الوظيفة دي ممكن يعملها الـ

Chatbots

او خاصية الرد الآلي عن طريق الرسايل. والعميل مع الوقت بقى شاكك فيك، لكن في الحقيقة انت شخص حقيقي بتكلمه.

[P2]

وواحدة من الطرق المهمة اللي تثبت بيها دا، هو انك تستخدم بيانات معينة هو شاركها معاك اثناء ردك عليه. بمعنى انك ترد على سؤاله وفي نفس الوقت تديله جزء من التفاصيل اللي هو شاركها معاك عشان تثبتله انك منتبه ليه. خلي بالك من التفاصيل الشخصية اللي العميل ادهالك زي هو مين و بيعمل ايه بالمنتج بتاعك.

[P3]

على سبيل المثال، إسراء مُدرسة، وكلمت خدمة العملاء لأنها مكنتش راضية عن جودة الألوان اللي اشتريتها ولاحظ هنا انها قالت انها مُدرسة ودي معلومة مهمة جدا لموظف خدمة العملاء في  ABC Retail عشان يستخدمها وهو بيرد عليها بالفعل هو استغل المعلومة دي وقدر يقدملها عرض في مرة تانية يستفيد منه الطلاب اللي هي بتدرسلهم ودي حاجه خليتها راضية جدا ونسيت المشكلة اللي اتعرضتلها في أول مرة.

[P4]

أما الطريقة التانية هو انك تعرف معلومات معينة كدا ملهاش علاقة بالعميل مباشرةً اللي بيكلمك او بشكوته ليك.

حاول تستخدم المعلومات اللي تعرفك هدف العميل او النتيجة النهائية اللي عايزها من المنتج، بس دا هيبقى صعب لو العميل أصلا بيشتكي من منتج هو محصلش منه على اللي كان متوقعه، بس حتى في الظروف دي انت ممكن تلاقي بعض المعلومات المهمة الموجودة في شكواهم و انت بترد عليهم.

[P5]

تعالى نوضح ده بمثال، أميرة اشترت تكييف جديد لكن اكتشفت إنه مش بيبرد غرفتين زي ما هي كانت متوقعة، فكلمت خدمة العملاء علشان تعبر عن إحباطها من التكييف اللي اشترته، وكان رد موظف خدمة العملاء إنه فعلا مقدر إحباطها ولاحظ من كلامها إنها قريبة من مركز صيانة تابع للشركة، فقالها على المعلومة دي واقترح إنه يبعتلها فني صيانة علشان يحللها المشكلة دي.

أميرة لاقت إن ده اقتراح كويس وهي مكنتش تعرف إن فيه مركز صيانة قريب.

[P6]

استخدامك للمعلومات دي هيسمحلك ترد بشكل موضوعي وواقعي على استفسار العميل وهينفي تماما فكرة إن اللي بيرد على العملاء Robot وكمان بيبين للعملاء انك قريت شكواهم بحرص ورديت في حدود إطار الشكوى.

[V8]

Include emojis and gifs in your communication lexicon

[P1]

هل مسموحلك تستخدم الـ emojis and gifs

في ردودك على العميل في السوشيال ميديا؟ بالتأكيد تقدر تعمل دا، لكن هقولك اربع نصايح تتبعهم عشان تستخدم الـ

emojis and gifs

بالطريقة الصحيحة لما ترد على العميل. أولا، متستخدمش ابدا أي

emojis and gifs

[P2]

بدل عن كلام معين مهما كان الصورة اللي مستخدمها متحركة او لا، فهي ممكن متوصلش الاجابة اللي انت عايز تقولها بالظبط للعميل بس ممكن تكون مجرد زينة او شكل حلو للرد بتاعك.

ثانيا استخدام الـ

emojis and gifs

اللي الشركة عملتها على البراند بتاعها لانها ناجحة جدا. خد اذن بيها من مديرك لاستخدامها في الرد على العملاء. فيه بعض الشركات بتميل لاستخدام الإيموجي في الرد على العملاء، لكن مخصصة مجموعة معينة من الإيموجي مناسبة ليها وكمان بتحقق رضا العملاء.

[P3]

ثالثا، استخدم الايموجي اللي بتتطابق المعنى بالكلام مش اللي تناقضه، و افتكر ان الكلمات اللي بتكتبها هي اكثر ثباتا في المعنى من الايموجي فلازم تعتمد على الكلمات اكتر من الايموجي. فتكتب اللي انت عايز تكتبه و تجمل ردك بالـ emojis and gifs

على سبيل المثال، معرض عربيات بيرد على عملاءه بكلمات الشكر و الثناء عشان يحسسهم ان اختيارهم صح و يستخدمو معاها الـ

thumbs up and smile emojis عشان يوصلوا الإحساس دا للعميل.

[P4]

رابعا لاحظ ايه الايموجي اللي العميل نفسه بيستخدمها و تكلمه بيها. فلو لقيته مثلا بيتكلم بأسلوب رسمي و مفهوش أي ايموجي خالص، كلمه انت كمان بنفس الطريقة. فكر في الموضوع بشكل عام وجرب ده على 20 او اكتر من عملاءك واستخدامهم للايموجي عامل ازاي؟ فلو لقيتهم حتى بيستخدمو ايموجي الابتسامة مثلا استخدمو انت كمان في ردودك عليهم.

في النهاية استخدام الـ emojis and gifs

[P5]

ممكن يبقى مناسب للكل او مناسب للبعض على حسب شخصياتهم وكمان حسب تصنيف مشكلتهم. فلو مناسب اتاكد انك بتستخدمهم صح وسهلين في فهمهم علشان استخدامهم ميجبش نتيجة عكسية والعميل يغضب أكتر أو يكون صورة مش كويسة عن شركتك.

[V9]

Template or free text

[P1]

بعض الناس شايفة ان انت مينفعش ابدا تستخدم أي ردود محفوظة وثابتة مبتتغيرش، ودا لانهم شايفين ان على السوشيال ميديا انت بتتعامل مع كذا عميل مش بترد على عميل واحد بعينه، فالناس اللي مش بتحب كدا هتلاحظ ان كلامك كله

Copy and Paste

لاي عميل بيكملك

[P2]

فسواء انت كنت مؤيد للفكرة او معارض ليها، فانت أوقات بتحتاج تستخدم النوع دا من الردود.

على سبيل المثال، لو شركتك طرحت منتج جديد في السوق وعملت عرض قوي جدا لفت انتباه كتير من العملاء، ولاقيت الـ inbox عندك مليان رسايل من العملاء اللي عايزين العرض ده، فـ انت مضطر هنا تستخدم ردود محفوظة ترد بيها على كل العملاء، لأن معندكش الوقت ترد ردود مختلفة على استفسار كل عميل، وبالتالي هتقدر ترد على أكبر كم من العملاء بسرعة وبمعلومات دقيقة.

[P3]

ممكن تستخدم الردود الجاهزة في موقف تاني زي مثلا لينك عن الأسئلة الأكثر شيوعا على موقع الشركة واجابتها او خصومات نازلة على الصفحة. فملهاش أي معنى انك تفضل تكرر نفس مضمون الرسالة كل شوية.

تعالى نروح لمواقف تانية بتحتاج تستخدم فيها أسلوب الـ Free texting

[P4]

زي ان مثلا العميل بيوجه شكوى عن منتج معين ساعتها انت لازم تستخدم الأسلوب دا لان الردود الثابتة المحفوظة دي مش هيبقى ليها أي فاعلية ومش هتفيد العميل. فانت مش لازم تفهم موقفه بالضبط و تتحمل مشاعره في شكوته لكن لازم يوصله من كلامك انك متعاطف معاه و مستوعب مشاعره و دا يتطلب استخدام الـ Free texting

[P5]

على سبيل المثال، اتنين عملاء بعتوا لشركة طيران رسايل يعبروا فيها عن شعورهم بالغضب من الشركة. الرسالة الأولى كان العميل بيشتكى ان رحلته اتلغت قبل معادها بدقيقة ودا بوظ عليه اجازته، والعميل التاني بيشتكى انه دفع رسوم زيادة مكنش عامل حسابه عليها عشان الامتعة بتاعته وفي الاخر ضاعت.

[P6]

هنا الشركة ممكن تستخدم نفس الرد عشان تعتذر عن المشكلتين دول ، بس دي الحقيقة فكرة سيئة مش في محلها. في حين ان الردود دي اسهل بكتير على موظف خدمة العملاء، الا ان دا هيدي انطباع للعملاء ان الشركة مش مهتمة بمشكلتهم. على العكس لو الموظف اتواصل معاهم بكلام فعلي هو كتبه وقت المشكلة دا يفتح باب نقاش بينهم و يعرض مجموعة حلول مناسبة للعميل تحل المشكلة

في الوقت دا مينفعش تستخدم أي Templates

لانك محتاج تكتب للعميل رد يسمحله ويسمحلك بالنقاش المفتوح بينكوا.

افتكر ان الموضوع مش مجرد صح وغلط او تعمل دا ومتعملش. الموضوع متعلق باختيارك الصحيح لاسلوبك حسب العميل اللي بتكلمه في الموقف بتاعه.

[V10]  
Write templates that are easy to customize

[P1]

الهدف من استخدام الـ Templates

أو الردود الجاهزة في الرد على العملاء، هو انها تبان وكأنها لسة مكتوبة حالا. وطبعا كل موظف في خدمة العملاء ليه تفكيره في استخدام الردود الجاهزة من عدمها و في ناس ضد الفكرة تماما.

[P2]

بعض الشركات بتقول لا احنا مش بنستخدمهم و مش هنستخدمهم ابدا. احنا بنكتب رد لكل عميل في كل الأوقات. طبعا أنا لا مع دا ولا ضد دا بشكل كامل، اعتقد ان موظف خدمة العملاء على السوشيال ميديا محتاج انه يوفر مجموعة من الـ Templates سهل انه يلعب فيها و يغيرها عشان تكون مناسبة لكل موقف على حدة، و بالطريقة دي العميل مش هيحس ان الرد دا معمول وجاهز يتحط لاي عميل، بالعكس دا هيبقى سعيد جدا انك بترد عليه بسرعة.

يبقى انت هنا محتاج تتدرب على حاجة زي دي

[P3]

طب ازاي تقدر تكتب Templates

مناسبة لكل موقف هتقابله؟ هنا في طريقتين، الأولى انك هتكتب رسالة جاهزة تنفع مع أي مشكلة وليكن مثلا هترحب بالعميل وتعتذرله و توضحله إنك هتساعده وبعدين تحط قوسين في الرد ده وبين القوسين دول هتبدأ تغير في الرد الجاهز بما يتناسب مع مشكلة كل عميل.

[P4]

يعني مثلا لو افترضنا ان انت شغال في سلسلة محلات بيع بالتجزئة و عملت Facebook Templates

للرد على العملاء لما يشتكوا ان جودة منتج معين اشتروه من عندك كانت سيئة. هنا هتطبق الطريقة اللي قولناها فوق وتبدأ تغير في مكان الأقواس على حسب المشكلة.

[P5]

الطريقة التانية هي انك تستخدم كذا نموذج للـ Template

الواحدة بحيث انك مش دايما تستخدم نفس النموذج بالحرف في كل مرة. لو قدرت كموظف خدمة عملاء تستخدم النماذج المختلفة بشكل دوري وتضيف عليهم شوية كلام من عندك حسب كل موقف، دا هيفرق كتير في انه يبين للعميل انها ردودو مباشرة منك انت شخصيا وده هيزود من ثقته في الشركة ويحققله الرضا اللي انت بتسعى لتحقيقه طول الوقت.

[V11]

Answer one person and help 100 more

[P1]

ايه أسوأ جزء في شغلك كموظف خدمة عملا على السوشيال ميديا؟ ان شغلك ظاهر للناس كلها. و ايه احسن جزء فيه؟ بردوا ان شغلك ظاهر للناس كلها طب يعنى ايه الكلام ده؟ الجزء السيئ في شغلك علي السوشيال ميديا ان لو المنتجات بتاعتك مش كويسة او الموقع بتاع شركتك في مشاكل، فالعملاء هتلاقيهم بينتقدوك بشكل علني جدا في كل المواقع ، و الجزء الكويس في شغلك علي السوشيال ميديا ،انك لو قدرت تساعد شخص واحد بس فأنت في الحقيقة بتساعد ناس تانية غيره كتير لوانت وفرت تلات معلومات رئيسية.

[P2]

أولا، الخدمات مسبقة الوجود. زي اكتر الأسئلة الشائعة، الة حاسبة، أماكن بيع المنتجات بتاعتك او حتى منصة اونلاين خاصة بيك فيها تفاعل بين العملاء وبعضهم

دي حاجة عملية جدا انك توفرها على الموقع بتاعك وانت بتتكلم مع العملا على السوشيال ميديا.

[P3]

تعالى ناخد مثال أمجد عميل لأحد البنوك وعايز يعرف عن بعض المعلومات عن الرهن العقاري، فكتب كومنت على صفحة البنك في فيس بوك، فموظف خدمة العملاء رد عليه بـ link متوفر فيه آلة حاسبة خاصة بالرهن العقاري، وبكدا أي حد شاف الكومنت بتاع أمجد هيقدر يشوف لينك الالة الحاسبة ويستخدمها بدون ما يرجع للبنك تاني.

[P4]

ثانيا، توصيات المنتج.او ال recommendations . واللي فيها انت ممكن ترد على الناس اللي عاملة ريفيو بنجمة واحدة أو نجمتين وطبعا هي حاجة صعبة الحقيقة ان عميل يعبر عن عدم إعجابه بمنتجك او ان المنتج بتاعك مش بيشتغل زي ما الشركة وعدت بيه. بس لو فكرت فيها هتلاقي ان التعليق دا هيسيب اثر سلبي على حد تاني بيقراه وردك عليه هيحسن التأثير دا كتير جدا.

[P5]

عندك مثال شادي عميل لشركة منتجات ومعجبوش منتج معين، فعمل review على صفحة الشركة وقال إن المنتج كان سيء، هنا رد عليه أحد موظفي خدمة عملاء الشركة بيقترح بديل تاني، وبالطريقة دي لو حد قرأ تعليق شادي هيشوف الشركة بتقترح اقتراح تاني.

[P6]

ثالثا، انك تكتب تعليق سهل وبسيط يساعد 100 شخص بدل ما يساعد شخص واحد بس.

على سبيل المثال

شركة متخصصة في الهدايا أعلنت إن موعد الاجازة السنوية بتاعتهم قرب، في حين ان فيه ناس كتير عايزة تشتري هدايا خلال الوقت ده، فالشركة كتبت على صفحتها إن فيه ناس كتير اوي عايزة تشتري هدايا، واحنا هنساعدهم في ده من خلال تفعيل خدمة الشراء أونلاين.

[P7]

وبكده الشركة ساعدت كتير من العملاء على تحقيق أهدافهم وشراء الهدايا وبردو موظفين الشركة أخدوا إجازتهم السنوية.

[V12]

Use hyperlinks to make your responses transactional

[P1]

العملاء في حياتهم الشخصية ممكن يضيعوا وقت كبير على السوشيال ميديا بينزلوا صور ليهم او يتابعوا الأخبار. بس لما العميل منهم يسألك على حاجة في السوشيال ميديا فهو اكيد مش بيضيع وقته و عايز منك حاجة معينة تساعده في إنجازها.

[P2]

وفريق خدمة العملاء اللي وظيفته انه ينجز حاجة لعميل اسمه transactional customer service

او خدمة عملاء المعاملات. و دول شغلهم قايم على حاجة زي تحديث البيانات الشخصية، متابعة شحنة او التقديم على قرض. وأحيانا بيبقى صعب انك تعمل دا على السوشيال ميديا بسبب كون الموضوع بيبقى public

قدام الناس كلها وبيبقى تعاملك و كلامك في حدود معينة، لكن يفضل عندنا أداة واحدة ممكن نستخدمها عشان ننجز بيها الخدمات دي،

[P3]

زي لينك يقدر العميل يدوس عليه يوصله اونلاين بردو للمكان اللي الطلب بتاعُه يخلص فيه و دا هيدي نتيجة كويسة للطرفين، العميل و الشركة. بالنسبة للعميل هو عمل حاجة كانت من قايمة أولوياته والشركة حققت فكرة الخدمة وتنفيذها للعميل في نفس الوقت.

[P4]

خلينا ناخد مثال يوضحلنا الكلام دا، عميل كتب تويتة لشركة ملابس بيسأل عن منتج معين وإمكانية شحنه خارج البلاد، الشركة ردت عليه بلينك يجاوب على سؤاله.

[P5]

تعالى نشوف مثال مختلف على خدمة اتطلبت واجابتها كانت من غير اللينك دا. طالب بيتواصل مع موظف التسجيل علشان امتحان قبول في مدرسة. الموظف طلب منه يفتح موقع يدور فيه على كود المدرسة عشان يعرف يسجل ازاي في حين ان الطالب كل اللي محتاجه لينك ينقله على إجابة سؤاله وكمان عشان انت محتاج اللينك دا ناس تانية تشوفه بدل ما يسألوك عن نفس الحاجة.

[P6]

وهنا انت عرفت من المثالين دول أهمية إنك تستخدم لينك علشان تحقق رضا العميل بأسرع وقت، ودا هيخليك ترد بشكل ممتاز يحقق معنى الـ

transactional customer Service

[P7]

فالموضوع مفيد جدا للشركة و بيحقق للعميل الحاجة اللي هو طالبها مش بيبقى مجرد شات ما بينكوا وكمان بتتجنب ان عملا تانيين يسألوا عن نفس الحاجة تاني طالما في لينك لسؤالهم.

اتبع النصايح اللي اتكلمنا عنها في الفيديو واتعلم من الأمثلة دي وقدرتك على تحقيق أهداف العميل هتزيد أكتر وأكتر.

[V13]

Acknowledge the customer’s anger without blaming your company

[P1]

العملاء أحيانا بيقرروا يلجأوا للكتابة على السوشيال ميديا عشان يحكوا تجربة سيئة مروا بيها مع شركة ما بهدف إنهم يشاركوا الناس تجربتهم السيئة دي، وبتبقى الشركة في وجهة نظرهم هي الشرير اللي تسبب في أذيتهم. ساعتها انت كموظف خدمة عملا مطلوب منك تقرا شكواهم بحرص وتظهر تعاطفك تجاههم، بس السؤال هنا تعمل دا لحد فين؟

[P2]

تعالوا ناخد مثال شهير وبيحصل كتير من العملاء، لما عميل يكتب على تويتر يقول أنا بكره شركتكم، انتوا مجموعة من الكدابين والحرامية مينفعش انت ساعتها تقوله انا متفهم انت ليه شايفنا حرامية وكدابين انت كدا بتدمر شركتك وخصوصا لو الموقف دا على السوشيال ميديا فعلا، لكن انت ممكن تحتوي الموقف و تتكلم معاه بدون ما توافقه بشكل صريح على كلامه.

ممكن دا تعمله باتباع التلات الخطوات دول. الأولى، إنك تستخدم أسلوب غامض لكن متعاطف في نفس الوقت

[P3]

تخيل مثلا انك موظف خدمة العملاء في فندق والعميل حسام كتب على الفيس بوك

Comment

أنا مش عارف إزاي الفندق دا لسة شغال، حقيقي دا أسوأ فندق موجود حاليا.

[P4]

أكيد طبعا انت هتحقق في المشكلة دي مع حسام برايفت عن طريق الرسايل لكن ممكن ترد عليه في العلن قدام الناس برد عام شوية بس يبين انك متعاطف معاه بردو. حاجة مثلا زي مش معقول دا مش صح ولا كويس ابدا انه يحصل و دي حاجة منحبش نسمعها عننا.

[P5]

انت كدا فهمته انك متعاطف معاه وفاهم مشكلته بس في نفس الوقت موافقتوش على رأيه أن الفندق دا هو أسوأ فندق على الاطلاق.

و كمان لان الأسلوب دا هو الأفضل من حيث إنك تفضل في إطار الرسمية فهو ولا كاجوال ولا ساخر.

[P6]

الحاجة التانية اللي ممكن تعملها هو انك تشكره على مشاركة المعلومات دي وإنك اكيد طبعا هتعمل حاجات تانية بعدها عشان تحل مشكلته لكن ممكن مبدأيا تشكره على اللي عمله.

[P7]

مثلا عميل في شركة خدمات طيران بيشتكي من تعامل سيء من واحد من موظفين الشركة. شوف رد من الردود المناسبة دي عشان ترد على العميل دا. شكرا على ابلاغك لينا التجربة السيئة دي مع الرحلة رقم 123 من شركتنا او احنا سعداء جدا لتواصلك معانا بخصوص المشكلة اللي حصلت معاك على بوابة شركتنا.

[P8]

بالطبع بعد شكرك ليه هتوضح ايه الخطوات اللي هتعملها بعد كدا مع المشكلة لكن شكر العميل الغاضب دا بداية كويسة و معقولة للتعامل معاها.

التكنيك الأخير هو انك تسأل سؤال توضيحي

بالطريقة دي انت بتحتوي شكوته و تقدر تبتدي معاه الــ conversation حوالين المشكلة.

خلينا نشوف المثال الجاى

سلمى عميلة اللي بتوضح غضبها من تكرار مشكلة الحجز عن طريق شركة لخدمات تاجير السيارات بانها دفعت فلوس ومخدتش مقابلها الخدمة أصلا. وهنا في طريقتين للرد على شكواها باستخدام سؤال.

[P9]

أهلا سلمى، احنا اسفين ان الابلكيشن اتعطل معاكي، هل كنتي حاجزة عربية رقم 427 ولا 428؟ او أهلا سلمى، احنا عايزين نساعدك تحلي مشكلتك، ممكن تبعتي رقم طلبك على الابلكيشن؟ انت هنا قدرت توازن الموقف صح؟.

[P10]

انت كموظف خدمة عملاء على السوشيال ميديا الطبيعي إنك بتحب شركتك ومينفعش تضحي بسمعتها بسهولة. و مع ذلك لازم تعرض انك فاهم وجهة نظر العميل. استخدم واحدة من التكنيكس دي و هتلاقي نفسك قادر تحقق الحاجتين دول.

[V14]

How to handle harassers or trolls

[P1]

لما تيجي تقرأ تويتس عميل او تقييماته على الفيس بوك، بتسأل نفسك هي الناس دي مالها؟ كتير منهم مبيقاش عنده أي تحضر على السوشيال ميديا او يمكن السوشيال ميديا خليتهم يحسوا انهم مجهولين او أصحاب سلطة زيادة و نسيوا او مش مهتمين أصلا ان في شخص تاني بيرد عليهم الناحية التانية وبيقرأ كلامهم.

[P2]

ولو على المستوى الشخصي فأنت ممكن تعملهم بلوك و تلغي صداقتهم معاك او متابعتك ليهم، لكن لو انت موظف خدمة عملاء في شركة، بيبقى من الصعب انك تعمل دا بس دا مش معناه إنك توافق على أي شتيمة او اي تحريض ضد الشركة.

[P3]

و واحدة من الطرق دي هي انك توضح سياسة الشركة الداخلية و الخارجية، ومعظم الشركات بالفعل بتطبق السياسات دي اللي بتحمي الموظف والعميل كمان من قراءة أي تعليقات او ردود سيئة او تعنيف لفظي او تهديد على منصات السوشيال ميديا المختلفة. وهنتكلم دلوقتي عن بعض السياسات المختلفة على السوشيال ميديا من شركات معروفة.

[P4]

أولا سياسة التعامل على السوشيال ميديا من شركة

The City of New York

جزء منها بيقول ممنوع استخدام أي من أساليب، التهديد او التحرش، كمان

Wisconsin Public Radio

بيقول ممنوع تحت أي ظرف من الظروف أنك تكتب او تعلق باي حاجة فيها تهديد، تحرش، سوء استخدام السلطة، الفُحش، العنصرية العرقية او الجنسية.

مراكز الولايات المتحدة لمنع ومكافحة الأمراض سياستهم بتقول انهم هيمسحوا أي تعليقات فيها ألفاظ سيئة.

[P5]

عشان كدا لما تتعرض للنوع دا من الإساءة سواء لشخصك انت او للشركة بشكل عام، لازم يكون معاك سياسات الشركة اللى بيكون مرفق بيها تعليمات من مديرك بكيفية التصرف في المواقف دي

[P6]

الطريقة التانية اللي تتعامل بيها في المواقف دي هو انك تشوف أصلا هل الشخص دا عميل عندك أصلا ولا لا. على سبيل المثال، نهلة، ادت تقييم من نجمة واحدة بس على صفحة شركة لمنتجات الشعر و كتبت منتج خطير محدش يشتريه، و الشركة بتكدب بشأن محتوى العبوة، خلي بالك، واضح انها حد كاره للشركة جدا و قبل ما ترد عليها شوف أصلا اذا كانت هي عميلة عندك و اشترت المنتج دا بالفعل ولا لا؟.

[P7]

لو لقيتها مش عميل عندك أصلا و مشترتش المنتج دا فانت ممكن تنكر ادعائها دا بانك تقول نهلة مفيش داعي للقلق دا، منتجاتنا كلها امنة للشعر و الفروة وكلها منتجات عضوية 100% ولو طلعت فعلا عميلة فانت ممكن تقول احنا حابين نعرف اكتر عن مشكلتك. لو سمحتى تواصلي معانا في اقرب وقت عشان نقدر نتابعها و نحلها.

[P8]

الطريقة التالتة هو انك تتجاهلها تماما. انا عارف ان بالنسبالك كموظف خدمة عملا حاجة مش ظريفة أصلا ان حد يقول كلام غير صحيح عن منتجات شركتك، بس في سببين يخلوك تتجاهل التعليقات دي.

[P9]

أولا، العميل المخلص اللي بيدافع عن شركتك هو هيتولى حاجة زي كدا بالنيابة عنك، ثانيا، الرد على النوع دا من التعليقات عدائي في حد ذاته لان ممكن يكون كل غرض الشخص دا هو انه ياخد انتباهك ويفتح معاك حوار مش اكتر. حتى لو رديت بشكل عقلاني و منطقي ربما دا يزود حدة الحوار بينكم مش يهديه. وخلي بالك انك لازم تتدرب بشكل مستمر على الموضوع ده عشان تركز اكتر على العملاء اللي فعلا عايزين مساعدة منك.

[V15]

How to respond to low ratings and poor reviews

[P1]

مواقع السوشيال ميديا عاملة زي

room

كبيرة كل واحد بيتكلم عن حاجة تانية بشكل سيئ يبوظ سمعتها.

مواقع الريفيو زي Yelp, Google Reviews, OpenTable

[P2]

ربما تكون اكثر المواقع اللي فيها كلام كتير اوي وسط كل مواقع السوشيال ميديا عن المنتجات. فلما حد فيهم بيديك تقييم ضعيف، ممكن تحس بالاستياء او الإحباط، بس مفيش مكان هنا لمشاعرك انت لازم ترد عليهم لأنهم لما بيدوك التقييم الوحش دا هو مش موجه ليك انت هما بيتكلموا عن المنتج دا ولما بترد عليهم رد عقلاني انت كدا بتنقذ الشركة بعلاقتها الكويسة مع العميل و مع بقية العملاء التانيين على الإنترنت

[P3]

تعالو نشوف مثال لحازم، اللي ابدى اعتراضه لشركة تصميم مباني وانه منزعج لان الشركة لغت معادها معاه قبل المعاد بدقايق و حس ان الشركة مش مقدرة قيمة الوقت. الرد الطبيعي اللي ممكن يطلع من الشركة وقتها حازم احنا بنعتذرلك لكن الناس اللي كانت هتقابلك حصل معاهم ظرف مرضي، ايه رأيك نرتب معاك معاد تاني؟ والحقيقة دا رد سيئ. فبدل ما تكون صريح معاه بالشكل دا، ممكن تستخدم التلات نصايح دي.

[P4]

أولا، تفهم وجهة نظر العميل و رأيه واعتذرله على الظرف دا. من السيئ جدا انك تعمل مشكلة مع العميل على الإنترنت قدام الناس لان دا هياثر جدا على تقييمك على الموقع، على العكس لازم تظهر ان العميل قال مشكلته و انك متفهم حالته النفسية. يعني ممكن تقول أهلا حازم، احنا متفهمين وضعك الحالي و بنعتذرلك عليه و بعدها تشوف ايه اللي مفروض تعمله كحل او تعويض عن اللي حصل.

احنا حابين نحدد معاك معاد تاني و نبعت لحضرتك المصمم

[P5]

تانيا، لو العميل حط تقييم وحش بردو، ممكن تعرض عليه منتج تاني. على سبيل المثال، مصطفى، قال في تعليق قوي ليه متشتريش المنتج ده، انت كده بتضيع فلوسك على الفاضي. موقف زي دا ممكن تحله بانك تقول احنا بنعتذرلك بسبب التجربة السيئة اللي مريت بيها ، ممكن حضرتك تستخدم المنتج التاني البديل عنه ونتمنى إنه يعجبك

[P6]

و النصيحة التالتة انك تخلي الامر شخصي شوية ميبقاش ظاهر على العام. فلو انت بتكتب رد عام لاي حد عامل ريفيو وحش عليك عميلنا العزيز شكرا على الفيدباك بتاعك و بنعتذر لك على التجربة السيئة اللي مريت بيها، بس ممكن توضح لينا ايه السبب اللى خلى الامر يوصل للمرحلة دية علشان اقدر اساعدك في حل المشكلة بدل ما تنتهى المشكلة بتقييم سيء انت عامله، واكيد مفيش حد عايز كدا.

[P7]

افضل طريقة عشان ترد بيها على أي تعليق سلبي هو انك تكون إيجابي تقدم المساعدة و تركز على الحل عشان تقدر تحافظ على علاقتك بالعميل.

[V16]

How to apologize sincerely

[P1]

ايه اكتر 8 كلمات بيكرههم أي عميل؟ احنا بنعتذر عن أي ازعاج سببه المنتج دا. الرد دا يبدو عليه التعنت و التهرب من المسؤولية و عدم الصدق مع العميل. و الاعتذارات اللي من النوع دا بتبقى أسوأ على السوشيال ميديا لانها قدام الناس كلها. في حالة انك فشلت في الاعتذار المناسب، فانت كدا بتزود غضب العملاء منك والموضوع كدا انتهى بمشكلتين، أولا المشكلة الأساسية اللي انت اعتذرت عشانها و مشكلة الاعتذار نفسه. تعالى نشوف ممكن تعمل ايه في المشكلة دي.

[P2]

أولا، استبدل أي كلمة عامة بكلمة معينة تخصص بيها مشكلة العميل عشان يحس انك قريت مشكلته و فهمتها. ثانيا، شيل أي كلمة تحتوي على معنى ان المشكلة محصلتش أصلا و حط كلام يخليه يفهم انك عارف مشكلته هو بالتحديد ايه. في التويتة دي العميل بيشتكي ان المطعم البيتزا بتاعته مش بتبقى حلوة لأكتر من مرة، وان الموقف يتكرر تلات مرات فدا اكيد مش خطأ عرَضي، عشان كدا استخدم كلمة اكثر دقة من دي، زي مثلا احنا بنعتذر عن الخطأ او الإحباط والاستياء او المشكلة.

[P3]

أخيرا، استخدم أدوات الإشارة في ردك عشان تبقى اكثر خصوصية في الكلام عن المشكلة نفسها زي مثلا احنا بنعتذر عن اللخبطة اللي حصلت في طلب البيتزا بتاعك. انت كموظف خدمة عملا على السوشيال ميديا اغلب وقتك هتقضيه في الاعتذارات للعملاء بتوعك فحاول تتعلم حاجة زي كدا وتكون أمين و مخلص في اعتذارك و دا هيحسن من شكل شركتك.

[V17]

Know which writing rules you can break and which you can’t

[P1]

الحقيقة ان الكتابة على السوشيال ميديا أقل رسمية من الطريقة اللي بنكتب بيها ايميل، بس في نفس الوقت في قواعد لازم نمشي عليها لما نيجي نكتب.

[P2]

فكر فيها لو انت عميل بتقرا كلام صعب مش مفهوم، مش هيبقى عندك أي رغبة انك تاخد كلام تاني من الموظف اللي بيكلمك صح؟. تعالى اديك قاعدتين انت ممكن تكسرهم وتلات قواعد لا يمكن ابدا تكسرهم. الاولي اللي ممكن تكسرها انك مش لازم تنهي كل جملة بنقطة، لأن التواصل الاجتماعي قايم على الحديث بلا قواعد يعنى مش موجودة فيه أصلا و ممكن كمان تحذف حاجات او تضم جملتين على بعض باستخدام علامات الترقيم المختلفة عشان تبين ان افكارك كلها متصلة ببعض.

[P3]

القاعدة التانية انك ممكن تكتب جمل قصيرة من كلمة او من كلمتين، بس مش لازم تلتزم ببناء الجملة، صحيح ان في قنوات التواصل التقليدية مع العميل مينفعش تقوله جملة من كلمتين، لكن لو على السوشيال ميديا متاح ليك جدا انك تعمل دا.

دول قاعدتين صغيرين ممكن تستخدمهم في كلامك على السوشيال ميديا مع العميل عشان يفهمك بشكل اسرع وتساعده بشكل افضل.

[P4]

اما عن التلات قواعد اللي مينفعش تكسرهم، الأولى، متخليش كل الكلمات حروفها Capital

ولا كلها Small

في الحالتين هيبقى صعب ان كلامك يتقري و هيتفهم انك بتصرخ او انك هادي زيادة عن اللزوم في كلامك. التانية، هي الفصلات العليا في اللغة الإنجليزية.

[P5]

ودي من الحاجات المهمة اللي لو مستخدمتهاش صح ممكن تسببلك مشاكل كتير، زي اللخبطة هل الكلمة دي جمع ولا بتدل على ملكية؟ و هكذا. القاعدة التالتة هي الإملاء. ممكن على مواقع السوشيال ميديا المختلفة تستخدم اختصارات زي

THX for thanks

PLS for please

[P6]

لكن مينفعش ابدا نغلط في كتابة كلمة، فلازم تراجع الكومنت بتاعك كويس املائيا قبل ما تستخدمه مع العميل.

قواعد الكتابة على السوشيال ميديا مفتوحة و بسيطة لكن افتكر انك في النهاية لازم تكتب بشكل صحيح و تاخد بالك من علامات الترقيم و العلامات الإملائية عشان العميل بتاعك يشوف كلامك دا ويحترمه.

[V18]

Conclusion

[p1]

في الكورس ده اتعلمنا

اهمية الـ سوشيال ميديا في التعامل مع العملاء وعرفنا اهمية سرعة الرد على شكاوى العملاء ، وامتي وازاي تقدر تنقل عميلك للقنوات الخاصة او الـ Private Channels ، وكمان اتعلمنا ازاي نستخدم في الرد علي العملاء اسلوب غير رسمي ومهني في نفس الوقت ، وعرفنا الفرق بين العطف والتعاطف و أهمية إظهار التعاطف في الردود على العملاء ، وكمان عرفنا امتي نستخدم الـ Emojis و الـ Gifs في الرد ، والهدف من استخدام الـ Templates او الردود الجاهزه ، وكمان عرفنا ازاي ممكن اجابتك على شخص واحد على السوشيال ميديا تقدر تساعد 100 تانيين ، وعرفنا أهمية استخدام الروابط في الردود عشان تبقي تفاعلية اكتر ، واتعلمنا ازاي نتعامل مع غضب العملاء وتقييماتهم المنخفضة وازاي تعتذر لعميل علي السوشيال ميديا وعرفنا ايه القواعد والطرق اللي ممكن نكتب بيها ونرد على العملاء .

ابتدي طبق اللي اتعلمته معانا في الكورس ولاحظ التطوير اللي هيحصل في طريقتك في الرد على عملائك والتفاعل هيبقي شكله عامل ازاي .

وبكده نكون خلصنا الكورس .

اتمني انكم تكونوا استفدتوا