


متاح	التصنيف الأمني	CU-CC-2-00-V00	رقم الوثيقة	
سياسة خدمة العملاء			عنوان الوثيقة	
نائب الرئيس للأعمال التجارية			مالك الوثيقة	

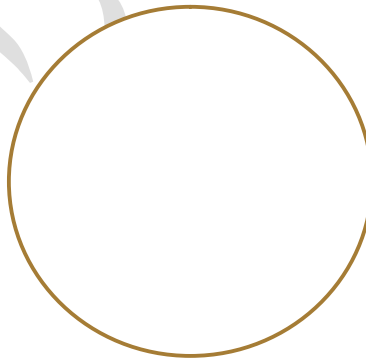
سجل المراجعة:

وصف التعديلات	التاريخ	الرقم

الاعتماد:

الاعتماد	مراجعة الوثائق	الإعداد	
			الاسم:
			الوظيفة:
			التوقيع:

ختم مراقبة الوثائق




التاريخ:

ملاحظة: 1- هذه الوثيقة ملك لشركة 'سابتكو'، ولا يجوز استخدامها خارجها دون إذن مسبق وفقاً لنظام ضبط الوثائق.


2- هذه الوثيقة مُراقبة إلكترونياً، ولا يجوز استخدام النسخ المطبوعة إلا بموجب إذن مسبق وفقاً لنظام مراقبة الوثائق.

3- يجب ألا يتجاوز تاريخ المراجعة التالية للسياسة خمسة أعوام من تاريخ آخر مراجعة.

متاح	التصنيف الأمني	CU-CC-2-00-V00	رقم الوثيقة	
سياسة خدمة العملاء			عنوان الوثيقة	
2 من 5			صفحة	

المحتويات

1. الغرض 3
2. النطاق 3
3. الأدوار والمسؤوليات 3
4. المراجع 3
5. السياسات 3
1. CO-CC-2-01 سياسة خدمة العملاء 4

متاح	التصنيف الأمني	CU-CC-2-00-V00	رقم الوثيقة	
سياسة خدمة العملاء			عنوان الوثيقة	
3 من 5			صفحة	

1. الغرض

هذه الوثيقة هي المرجع الأساسي في إدارة خدمة العملاء، وتهدف لتحديد تلك المبادئ ومتابعتها بما يتوافق مع القيم التنظيمية المتبعة في الشركة وتوقعات أصحاب المصلحة (الأطراف المعنية).

2. النطاق

تُطبَّق هذه السياسة على جميع قطاعات الشركة المعنية بخدمة العملاء، ويتعين إبلاغ جميع أصحاب المصلحة بها حسب الاقتضاء.


3. الأدوار والمسؤوليات

- يتولى نائب الرئيس للأعمال التجارية؛ مسؤولية ضمان تنفيذ هذه السياسة من خلال جميع القطاعات ذات الصلة، وإجراء التعديلات عليها حسب الضرورة وفقاً لعملية إدارة التغيير وجدول الصلاحيات.
- تتولى إدارة خدمة العملاء مسؤولية تنفيذ جميع الأنشطة المنوط بها تنفيذها وفقاً لأحكام هذه السياسة.
- تتولى جميع قطاعات الشركة والموظفين التابعين مسؤولية الالتزام بكل ما ورد في هذه السياسة والأحكام والإجراءات ذات الصلة بها.
- يتولى نظام إدارة الجودة مسؤولية حفظ أحدث إصدار من هذه السياسة وضمان الوصول إليها من جميع قطاعات الشركة وفقاً لنظام مراقبة الوثائق.
- يتولى مسئولو الجودة التأكد من تطبيق هذه السياسة جنباً إلى جنب مع العمليات والإجراءات الداعمة لها وتحديد فرص التحسين.

4. المراجع

تمت صياغة هذه السياسة بما يتماشى مع أفضل الممارسات المتبعة في المجال، مع مراعاة جميع المعايير والأنظمة ذات الصلة المعمول بها في الشركة.

5. السياسات

متاح	التصنيف الأمني	CU-CC-2-00-V00	رقم الوثيقة	
	سياسة خدمة العملاء		عنوان الوثيقة	
	5 من 4		صفحة	


1. CO-CC-2-01 سياسة خدمة العملاء

الهدف

يتمثل الهدف من هذه السياسة في اعتماد سياسة لخدمة العملاء تتوافق مع رؤية الشركة ورسالتها وقيمتها، وتلبي توقعات جميع الأطراف المعنية (أصحاب المصلحة).

بنود السياسة

- 1-1 التزامات الشركة تجاه العملاء:
 - 1-1-1 يجب أخذ جميع شكاوى العملاء على محمل الجد، وتحليلها، وحلها في الوقت المناسب.
- 2-1 التواصل مع العملاء:
 - 1-2-1 يجب على إدارة خدمة العملاء إنشاء آلية فعالة للتعامل مع العملاء والحفاظ على تلك الآلية.
 - 2-2-1 يجب أن يتم التواصل مع العملاء من خلال جميع قنوات الاتصال المتاحة وفق ما تنص عليه MC-CR-2-00 (سياسات الاتصال بالشركة).
 - 3-2-1 يجب أن تتسق إدارة بيانات العملاء مع IT-OP-2-00 (سياسات تكنولوجيا المعلومات) لضمان تنفيذ إجراءات وتدابير الحفاظ على السرية بشكل كافٍ.
 - 4-2-1 يتعين على إدارة خدمة العملاء متابعة مستويات الخدمة المقدمة للعملاء من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية. ويجب أن تهدف مؤشرات الأداء الرئيسية هذه إلى إجراء التحسين المستمر.
 - 5-2-1 يمثل العملاء فئة مهمة من أصحاب المصلحة، ويجب تحديدهم وتصنيفهم بشكل مناسب لتلبية توقعاتهم ومتطلباتهم. ويجب أن يمثل تصنيف العملاء MC-MK-2-00 (سياسات التسويق).
- 3-1 مشكلات العملاء
 - 1-3-1 يجب على المجموعة الوظيفية المعنية بخدمة العملاء إنشاء آلية فعالة لحل المشكلات التي يوجهها العملاء، حيث يتعين أن تضمن تلك الآلية الآتي:
 - وجود قنوات وصول واضحة وسهلة ويمكن الإبلاغ بها بشكل مناسب للتواصل مع العملاء.
 - ضمان تحقيق الفعالية في تتبع حل مشكلات العملاء في الوقت المناسب.

متاح	التصنيف الأمني	CU-CC-2-00-V00	رقم الوثيقة	
سياسة خدمة العملاء			عنوان الوثيقة	
5 من 5			صفحة	

- وجود مسارات محددة بشكل ملائم لتسجيل جميع مشكلات العملاء وحلولها التي ستشكل أساس التحسين المستمر.
- المشاركة الفعالة لجميع أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين في حل المشكلة.
- توافر المعلومات الكافية لإجراء تحليل الأسباب الجذرية للقضايا ذات الموضوعات المتكررة أو الآثار الخطيرة.

4-1 رضا العملاء

- 1-4-1 يجب إجراء استطلاعات دورية لرضا العملاء على فترات مخطط لها، ويجب أن تكون هذه الاستطلاعات مصممة بشكل فعال يضمن إشراك جميع فئات العملاء.
- 2-4-1 يجب على المجموعات الوظيفية المعنية بخدمة العملاء إجراء الأعمال على نحو يكفل التركيز الكافي على إجراء التحسين المستمر الذي من شأنه تحسين رضا العملاء وولائهم.
- 3-4-1 يجب تحليل نتائج تلك الاستطلاعات وإبلاغ النتائج إلى إدارة الشركة مع تقديم توصيات للتحسين.