



مبادئ وقواعد حماية عملاء شركة أملاك العالمية للتمويل

إدارة العناية بالعميل

ديسمبر 2022 م / 1444 هـ

النسخة رقم (2)

فهرس المحتويات

القسم الأول:
المقدمة:
الاهداف:
2.المسؤوليات:
التعاريف:
القسم الثاني:
مبادئ حماية العملاء
القسم الثالث:
القواعد السلوكية العامة:
القسم الرابع:
القواعد السلوكية الخاصة:

القسم الأول:

المقدمة

تحرص شركة أملك العالمية للتمويل على حماية مصالح العملاء بكل عدالة وامانة وشفافية، وبهذا السياق تلتزم شركة أملك بإبقاء العملاء على علم واطلاع على التأثيرات المحتملة للأوضاع والاحداث على رفاهيتهم المالية الإجمالية أخذاً بالاعتبار التغييرات والتحديات المستمرة في الاسواق المالية العالمية، أن الغرض الكلي هو الارتقاء بمعايير معاملة العميل إجمالاً، وإثراء تجربته المالية اثناء تعامله مع شركة أملك العالمية.

تعمل شركة أملك العالمية للتمويل على التحقق من الالتزام بتقديم المنتجات والخدمات وفقاً للتعليمات السارية للجهة المنظمة، والتي تستند بدورها على الممارسات العالمية المثلى لجهة تطوير المنتج وتقديم الخدمة وعمليات البيع وما بعد البيع، تشرح عملية البيع كافة خصائص المنتج والخدمة والمخاطر المحتملة المنبثقة عنهما وتقديم النصح للعملاء حول آلية التعامل مع أي شكاوى او نزاعات، ويتم ذلك بالإسناد إلى مقتضيات العدالة والشفافية على النقيض من السعي لتحقيق الارباح فحسب.

ان الغاية الأسمى لاعتماد سياسة حماية العملاء هي تحقيق نتائج ايجابية للشركة وعملائها، لذا فقد تمت صياغة السياسة واعتمادها لتكون بمثابة إطار عام يحكم كافة أنشطة التعامل المباشر للشركة مع العملاء، ولتكون حجر الزاوية في كسب ثقة العملاء وتوطيد ولائهم والارتقاء بمستويات رضائهم.

كما تضمن السياسة حماية كافة مصالح العملاء بشكل مهني وعادل ونزيه، في الوقت الذي صممت فيه لتكمل سياسة التعامل مع اصحاب العلاقة والمحافظة على الخصوصية.

1. الاهداف:

تتمثل اهداف السياسة فيما يلي:

- ضمان التزام جميع موظفي الشركة بتطبيق مبادئ حماية العملاء.
- حماية مصالح العملاء من خلال تطبيق المبادئ.
- اكتساب رضا العملاء من خلال رفع مستوى الثقة المتبادلة بين الشركة وعملاءها وذلك بحصولهم على معاملة عادلة وشفافية وصدق وامانة.
- تحسين صورة وجود خدمات الشركة وذلك بحصول العملاء على الخدمات والمنتجات بكل يسر وسهولة وتكلفة مناسبة وجودة عالية.
- الحد من شكاوى العملاء من خلال إنشاء وتمكين إدارة مستقلة ومؤهلة بكوادر متخصصة.
- رفع مستوى التثقيف والتوعية لدى عملاء وموظفي الشركة.

2. المسؤوليات:

تقع مسؤوليات تطبيق مبادئ حماية العملاء على جميع الموظفين الذين لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة مع العملاء من خلال اعتماد مبادئ النزاهة والشفافية أثناء تصميم وتقديم الخدمات والمنتجات إضافة إلى مبادئ العدالة والوضوح. ويقع على عاتق مجلس إدارة شركة أملاك مسؤولية الاشراف على حقوق العملاء وحمايتهم بينما تقع على عاتق الادارة العليا في الشركة والمتمثلة في الرئيس التنفيذي مسؤولية حماية حقوق العملاء لذا فان جميع الادارات والموظفين مسؤولين عن الالتزام بالقوانين والانظمة التي تضمن حماية حقوق العملاء.

إن من حق العملاء على الشركة ان يذكرهم دائماً بحقوقهم وواجباتهم، وينبهم إلى المخاطر المصاحبة لخدماته ومنتجاته، كما تركز الشركة على التثقيف المستمر للموظفين.

3. التعاريف:

يقصد بالألفاظ والعبارات الواردة في هذه المبادئ والقواعد المعاني المبينة أمام كل منها، ما لم يقتض السياق خلاف ذلك:

المملكة العربية السعودية	المملكة
البنك المركزي السعودي	البنك المركزي
الجهة الخاضعة لإشراف ورقابة البنك المركزي طبقاً للأنظمة السارية.	المؤسسة المالية
أي شخص طبيعي أو اعتباري يزاوُل في المملكة أي عمل من الأعمال المصرفية بصفة أساسية المرخص له وفقاً لأحكام لنظام مراقبة البنوك	البنك
الشركة المساهمة الحاصلة على ترخيص لممارسة نشاط التم ويل وفقاً لنظام مراقبة شركات التمويل.	شركة التمويل
الشركة المساهمة التي تزاوُل التأمين أو إعادة التأمين أو كليهما وفقاً لنظام مراقبة شركات التأمين.	شركة التأمين
شركة خدمات المدفوعات المرخصة من البنك المركزي وفقاً لنظام المدفوعات وخدماتها.	شركة المدفوعات
المؤسسة المالية التي تقدم خدمة تحويل الأموال وفق ترخيصها الصادر عن البنك المركزي.	منفذي الحوالات المالية
المؤسسة المالية المرخص بها في المملكة بإصدار بطاقات الائتمان والحسم الشهري.	مصدري بطاقات الائتمان والحسم الشهري
الشركات المرخص لها بجمع المعلومات الائتمانية عن المستهلكين وحفظها، وتزويد الأعضاء بتلك المعلومات عند طلبها وفقاً لنظام المعلومات الائتمانية.	شركات المعلومات الائتمانية
تقرير تصدره شركات المعلومات الائتمانية يحتوي على معلومات ائتمانية عن العميل.	السجل الائتماني
الموقف الذي تتأثر فيه موضوعية واستقلالية المؤسسة المالية أو أي من منسوبيها أثناء أداء المهام سعياً لمصالح خاصة بها أو بأحد منسوبيها والتي تخل بالعدل والانصاف والنزاهة والمسؤولية تجاه العملاء.	تضارب المصالح
الشخص ذو الصفة الطبيعية الموجه له الخدمات والمنتجات أو الحاصل عليها من المؤسسات المالية المرخصة.	العميل

الشكوى	كل تعبير عن عدم الرضا ذي علاقة بالخدمة المقدمة، سواء كان مبرر أو غير مبرر، كتابةً أو شفاهة
معالجة الشكوى	وصول المؤسسة المالية إلى نتيجة نهائية بشأن شكوى العميل من خلال اتباع التدابير والإجراءات اللازمة لمعالجة الشكوى بشكل عادل وفعال خلال المدة الزمنية المُحددة.
الاستفسار	استعلام العميل عن الخدمات أو المنتجات المقدمة من المؤسسات المالية.
الطلب	طلب مقدم من العميل للحصول على منتج أو خدمة تُقدم من المؤسسة المالية.
خطاب مخالفة	إفادة رسمية تصدر عن المؤسسة المالية تؤكد فيها على عدم وجود التزامات مالية على العميل تجاه منتج أو خدمة سبق وأن حصل عليها العميل.
الموظفين	الأشخاص المعنيين بتقديم الخدمات والمنتجات المقدمة من المؤسسة المالية، ويشمل ذلك كافة الموظفين المتعاقد معهم مباشرة أو المتعاقد معهم عن طريق الإيسناد.
الخطأ	كل تصرف ينتج عنه مخالفة للسياسة الموثقة لإجراءات العمل يترتب عليه تبعات مالية و/أو مخالفة الحقوق النظامية أو التنظيمية لعميل واحد أو أكثر.
الإيسناد	ترتيب يتم من طرف ثالث تتعاقد معه المؤسسة المالية لتقديم خدمة نيابة عنها.
القنوات الموثقة	وسيلة تواصل موثقة يمكن التحقق منها وقابلة للاسترجاع بشكل ورقي أو إلكتروني.
يوم	يوم تقويمي ويشمل إجازة نهاية الأسبوع والعطل الرسمية.
يوم عمل	يوم تقويمي لا يشمل إجازة نهاية الأسبوع والعطل الرسمية.
الطرف الثالث	كيان مُسند إليه نشاط لتأدية نيابة عن المؤسسة المالية.

القسم الثاني

مبادئ حماية العملاء

ترمي سياسة حماية العملاء الى إرساء علاقات جيدة بين الشركة وعملائها من خلال إقرار ومراقبة وتطبيق معايير لممارسة الأعمال وسلوكيات العمل الاخلاقية عند تعامل الشركة مع افراد هم عملاء حاليين او مستقبليين محتلمين للشركة. لقد تم تصميم مبادئ حماية العملاء ذي العلاقة لدعم جهود توفير الحماية العالية للعملاء. أن المبادئ ملزمة ويجب التقيد بها عند تقديم المنتجات والخدمات في الوقت الذي تحظى به بالدعم والتعزيز من أنظمة وتشريعات محددة، وهي على النحو الآتي:

المبدأ الأول: المعاملة بعدل وإنصاف

يجب على الشركة التعامل بعدل وأمانة وإنصاف مع العملاء في جميع مراحل العلاقة بينهما، بحيث يكون ذلك جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشركة، كما يجب بذل العناية والاهتمام الخاص للعملاء محدودي الدخل والتعليم وكبار السن والأشخاص ذوي الإعاقة من الجنسين.

المبدأ الثاني: الإفصاح والشفافية

على الشركة التأكد من وضوح وسهولة فهم معلومات الخدمات والمنتجات المُقدمة للعملاء، بحيث تكون مُحدثة وواضحة ومُختصرة ودقيقة وغير مُضللة، ويمكن الوصول لها دون عناء خصوصاً شروطها وميزاتها الرئيسية، كما يجب أن تشمل إيضاح حقوق ومسؤوليات كل طرف وتفاصيل الأسعار والعمولات التي تتقاضاها الشركة والضرائب المترتبة عليها والاستثناءات والغرامات وأنواع المخاطر والمنافع الرئيسية وآلية إنهاء العلاقة وما يترتب عليها، إضافة إلى توفير معلومات عن المنتجات والخدمات البديلة المقدمة من الشركة.

المبدأ الثالث: التثقيف التوعوية

يتعين على الشركة وضع برامج وآليات مُناسبة لتطوير معارف ومهارات العملاء ورفع مستوى الوعي والإرشاد لديهم وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية ومساعدتهم في اتخاذ قرارات مدروسة وفعالة، ومساعدتهم في معرفة الجهة المُناسبة للحصول على المعلومات في حال حاجتهم لذلك.

المبدأ الرابع: سلوكيات وأخلاقيات العمل

يتوجب على الشركة العمل بطريقة مهنية عالية بما يعكس على مصلحة العملاء وعلى امتداد العلاقة بينهما، حيث تُعتبر الشركة المسؤول الأول عن حماية مصالح العملاء. كما يجب على الشركة توفير الموارد البشرية اللازمة لتحقيق ما سبق وتنفيذ أعمالها وخدمة عملاءها في كافة مناطق المملكة المتواجدة بها وتوفير مراكز مناسبة لخدمة عملاءها والقنوات الموثقة للتواصل معهم.

المبدأ الخامس: الحماية ضد عميات الاحتيال وسوء الاستخدام

يجب على الشركة حماية أصول عملاءها من الاحتيال ووضع أنظمة تقنية ورقابية ذات مستوى عالي من الكفاءة والفعالية للحد من عمليات الاحتيال والاختلاس أو إساءة الاستخدام واكتشافها واتخاذ الاجراء اللازم حال وقوعها، وفقاً للأنظمة والتعليمات ذات العلاقة

المبدأ السادس: حماية خصوصية المعلومات والبيانات

تلتزم الشركة بوضع الآليات المناسبة وفقاً للأنظمة والتعليمات والسياسات السارية ذات العلاقة لحماية معلومات وبيانات العملاء المالية و/أو الائتمانية و/أو التأمينية و/أو الشخصية والحفاظ على خصوصيتها على أن يشمل جميع الحقوق الوارد ذكرها في نظام حماية البيانات الشخصية، ووضع أنظمة رقابية على مستوى عالي تشتمل على آليات مناسبة تحدد الأغراض التي من أجلها تم جمع البيانات

المبدأ السابع: معالجة الشكاوى

يجب على الشركة توفير آلية مناسبة للعملاء لتقديم الشكاوى بحيث تكون الآلية واضحة وفعالة، ويجب دراسة الشكاوى واتباع التدابير والإجراءات اللازمة لمعالجتها بشكل عادل وفعال، وتقديم أفضل الحلول وأنسبها دون تأخير وفقاً للأنظمة والتعليمات ذات العلاقة.

المبدأ الثامن: المثافسة

يجب على الشركة أن تتيح للعملاء القدرة على البحث والمقارنة بين أفضل الخدمات والمنتجات ومقدميها بسهولة ووضوح، وعلى الشركة تقديم أفضل المنتجات والخدمات والأسعار بما يلبي احتياجات العميل ورغباته، وتعزيز الابتكار والحفاظ على جودة الخدمات والمنتجات.

المبدأ التاسع: خدمات الإسناد

عند القيام بالإسناد لأي من الخدمات التي تتضمن تعامل مع العملاء، على الشركة التأكيد من التزام الطرف الثالث بمتطلبات هذه المبادئ والقواعد - حيثما انطبقت -، وأنها تعمل لما فيه مصلحة عملائها وتحتمل مسؤولية حمايتهم، وتحتمل الشركة المسؤولية في حال عدم التزام الطرف الثالث المُسندة إليه المهام بالأنظمة واللوائح والتعليمات السارية في أي من العمليات والمهام المُسندة إليه وفقاً لما ورد في التعليمات ذات العلاقة الصادرة من البنك المركزي.

المبدأ العاشر: تضارب المصالح

يجب أن يكون لدى الشركة سياسة مكتوبة بشأن تضارب المصالح، وعليها التأكد من أن السياسات التي تُساعد في كشف العمليات المُحتلة لتضارب المصالح موجودة ومُطبقة، وعندما تنشأ إمكانية تضارب مصالح بين الشركة وأي طرف آخر فيجب الإفصاح عنها للجهة المسؤولة.

القسم الثالث

القواعد السلوكية العامة:

- القاعدة رقم (1): يجب على الشركة تشجيع العملاء على قراءة العقود وملحقاتها ونموذج الإفصاح الأولي والشروط والأحكام والوثائق وأي مستند آخر يتطلب موافقة العميل أو توقيعه، والتحقق من اطلاعهم وادراكهم لما جاء فيها، بالإضافة إلى توفير الشروط والأحكام المحدثة عبر القنوات الإلكترونية للشركة.
- القاعدة رقم (2): يجب على الشركة تقديم المعلومات و / أو المستندات للعملاء بشكل واضح ودقيق، وتجنب التضييق والغش والتدليس.
- القاعدة رقم (3): يجب على الشركة إدراج كافة الشروط والأحكام في نموذج تقديم طلب الحصول على المنتج أو الخدمة، على أن تتضمن البيانات التحذيرية المخاطر المحتملة عند استخدام المنتج أو الخدمة خلاف المتوقع عليه.
- كما يجب صياغة كافة الشروط والأحكام باللغة العربية بشكل مبسط وواضح وغير مظل، مع توفير نسخة باللغة الإنجليزية عند طلب العميل ذلك.
- القاعدة رقم (4): دون الأضرار بالقاعدة رقم (8) من هذا القسم، يجب على الشركة إبلاغ العميل من خلال رسالة نصية إلى هاتفه المحمول المعتمد لدى الشركة إضافة إلى القنوات الموثوقة الأخرى بأي تغيير يطرأ على الشروط والأحكام إذا كانت الاتفاقية والتعليمات ذات العلاقة تجيز هذا التغيير (قبل بدء سريان ذلك التغيير بمدة لا تقل عن (30) يوم، كما يجب أن تتيح الشركة إمكانية الاعتراض في حال عدم موافقة العميل بعد استلام الإشعار عن طريق إحدى القنوات الموثوقة.
- القاعدة رقم (5): يجب على الشركة تزويد العميل بنموذج الإفصاح الأولي الذي يحتوي على المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات وتفاصيل احتساب الرسوم والعمولات وكلفة الأجل - ان وجدت - وذلك عند إبرام العقد أو الاتفاقية وخذ اقرار من العميل بقراءتها وفهمها والموافقة على محتواها، ويجب ان يكون نموذج الإفصاح بلغه سهله وواضحة وبطريقه مبسطه.
- القاعدة رقم (6): يجب على الشركة توحيد حجم المستخدم (حجم 14 كحد أدنى) وان يكون واضح ومقروء في العقود وملحقاتها التي من بينها نماذج الإفصاح الأولية، الشروط والأحكام، الوثائق، الاستثناءات، وأي مستند آخر يتطلب توقيع العميل (أي كان شكل التوقيع) على أي مستند فارغ أو لم يتم استكمال كامل بياناته، على الشركة حماية المستندات وتوقيع العملاء وحفظها.
- القاعدة رقم (7): يجب على الشركة تزويد العميل بنسخه ورقية او الكترونية - حسب ما يفضله العميل- من جميع المستندات ذات العلاقة بالمنتجات والخدمات فور حصوله عليها، وخذ اقرار من العملاء بالاستلام في حال تزويدهم بها ورقيا، على سبيل المثال لا الحصر: العقد وملحقاته، الوثائق التأمينية، الشروط والأحكام، جدول الرسوم والعمولات.

القاعدة رقم (8): يجب على الشركة عدم اجراء اي تغيير بالزيادة في الرسوم والعمولات التي يتعين على العملاء سدادها بعد الحصول على الخدمة او المنتج وتوقيع العقد او الاتفاقية او ما في حكمها، ويستثنى من ذلك الرسوم والعمولات المتعلقة بطرف اخر بشرط ان تكون مرتبطة بانتفاع العميل بالأصل الممول، ويلزم اشعار العميل بذلك عند إبرام العقد.

القاعدة رقم (9): يجب على الشركة وضع قائمة الرسوم والعمولات (بما في ذلك رسوم الطرف الآخر) في مكان واضح بمبناها وفروعها وادراجها في مواقعها الإلكترونية.

القاعدة رقم (10): يجب على الشركة عند تقدم العملاء بطلب الحصول على خدمة او منتج الالتزام بالآتي:

أ. إرسال رسالة نصية للعميل فور تقديم الطلب (تحتوي بحد أدنى على: عنوان الطلب، الرقم المرجعي للطلب، التاريخ المتوقع لتنفيذه، الرقم المجاني المخصص للاستفسارات.

ب. اشعار العميل بقبول الطلب او رفضه عبر رسالة نصية بحد اقصى (3) ايام عمل، وفي حال الرفض فيجب ان يتضمن الإشعار سبب الرفض بالإضافة الى آلية الاعتراض على الرفض.

ت. استثناءً من الفقرة (ب)، يتم الاشعار للمطالبات التأمينية كتابيا وتحدد فترته وفقاً للمُدد المحددة في التعليمات ذات العلاقة، ويجب ان يتضمن الاشعار بحد أدنى ما يلي:

- عند قبول المطالبة بشكل كامل او جزئي: مبلغ التسوية، توضيح كيفية الوصول لمبلغ التسوية، التبرير عند تخفيض مبلغ التسوية او قبول المطالبة جزئياً

- عند رفض المطالبة: سبب الرفض، المستندات الداعمة لقرار الرفض في حال طلبها من العميل.

القاعدة رقم (11): تقع مسؤولية حماية معلومات وبيانات العميل والحفاظ على سريتها على الشركة، سواء المعلومات والبيانات المحفوظة لديها او لدى طرف ثالث، ويجب على الشركة الالتزام بالتالي:

أ. توفير بيئة آمنة وسرية في كافة قنواتها لضمان الحفاظ على سرية بيانات العميل عند تنفيذه للعمليات، ووضع اجراءات العمل المناسبة والانظمة الرقابية الفعالية لحماية بيانات العملاء واكتشاف ومعالجة التجاوزات التي حدثت او المتوقع حدوثها،

ب. توقيع كافة الموظفين الدائمين او المؤقتين وموظفي الطرف الثالث على نموذج المحافظة على السرية بشأن بيانات العملاء والتأكد من عدم كشفهم المعلومات الشخصية للعملاء ومنع الدخول عليها واقتصره على الأشخاص المخولين فقط سواء كانوا على رأس العمل أو بعد تركهم لوظائفهم.

ت. المحافظة على سرية بيانات العميل وفقا لما تقضي به الأنظمة والتعليمات ذات العلاقة.

القاعدة رقم (12): يجب على الشركة التأكد من ان كافة القنوات الإلكترونية متوافرة وبشكل آمن، وفي حال تكبد العملاء خسارة مباشرة نتيجة اختراق هذه القنوات و/أو وضعها الأمني فيجب تعويضهم عن اي خسائر ناتجة عن ذلك، كما يجب الالتزام بالآتي:

أ. تطبق أكثر من معيار للتحقق من الهوية عند الدخول على الخدمات الالكترونية، واتخاذ الإجراءات اللازمة للحد من عمليات

الاحتيال الإلكتروني

ب. تضمين الغرض الذي تم من اجله ارسال الرسائل النصية المتضمنة رمز التحقق الى العملاء على سبيل المثال: تعريف مستفيد،

اعادة تعيين كلمة المرور، الدخول على الحساب، تحويل مبلغ مالي.

القاعدة رقم (13): يجب على الشركة التحقق من استمرارية عمل انظمتها وخدماتها والتأكد من جاهزيتها في تلبية احتياجات العملاء في كافة الاوقات ، على المؤسسة المالية عدم الاستفادة من اي مبالغ مُعاده قد تنشأ بسبب خطأ او عطل فني وعليها اعادتها الى العميل المتضرر دون تأخير، والعملاء الاخرين الذين تعرضوا لنفس الخطأ في غضون (5) ايام عمل دون انتظار المطالبة بها، ويجب اصلاح الخلل او العطل وفقا لمتطلبات استمرارية الاعمال ، كما يجب التواصل مع العملاء المتأثرين وإحاطتهم بالخطأ وبالإجراءات التصحيحية التي تم اتخاذها من خلال احدى القنوات الموثقة، و اعلان ذلك من خلال جميع القنوات المتاحة.

القاعدة رقم (14): يجب على الشركة ضمان اداء مهام جميع الموظفين بكفاءة وفعالية واتباع السلوكيات والاخلاقيات بمهنية عالية تجاه العملاء الحاليين او العملاء المحتملين في جميع الاوقات، اضافة الى تدريب موظفي الصفوف الامامية الذين يتعاملون بشكل مباشر مع العملاء بشكل دوري والعمل على حصولهم على الشهادات المهنية اللازمة للإلمام بمهارات التعامل مع العملاء وبالمنتجات والخدمات المقدمة من الشركة، على ان ترفع تقارير نصف سنوية الى الإدارة العليا لمراقبة اداء الموظفين.

القاعدة رقم (15): دون الأخلال بالتعليمات ذات العلاقة، يجب على الشركة متابعة اداء موظفي الصفوف الامامية من خلال الزيارات (الدورية - السرية) للفروع ومركز الاتصال وموظفي التحصيل، بما فيهم موظفي الطرف الثالث للتأكد من اتباع أفضل الممارسات عند التعامل مع العملاء، والالمام بالتعليمات الصادرة عن البنك المركزي وبالمنتجات والخدمات المقدمة من الشركة، على ان ترفع تقارير نصف سنوية الى الإدارة العليا لمراقبة اداء الموظفين.

القاعدة رقم (16): يجب على الشركة الالتزام بتوعية العملاء بشكل مستمر عبر كافة قنواتها، على ان تشمل بحد أدنى: المنتجات والخدمات ومخاطرها، اية التعامل مع الديون والتعثر، عمليات الاحتيال، التعامل مع الشركات او المؤسسات المالية، او الاستثمارية الغير مرخصة، الادخار، التثقيف والتخطيط المالي.

القاعدة رقم (17): يجب على الشركة توفير قنوات متعددة لاستقبال الشكاوى والاستفسارات والطلبات بحيث تمكن العملاء من تقديم الشكاوى حسب ما يفضلونه بكل يسر وسهولة وفي الاوقات المناسبة لهم وبما ينسجم مع طبيعة الشركة، على ان تتضمن بحد أدنى: الهاتف المجاني، الفروع و/أو الموقع الالكتروني، تطبيقات الهواتف الذكية، البريد الالكتروني.

القاعدة رقم (18): يجب على الشركة وضع آلية معالجة الشكاوى في مكان واضح بمبنى الشركة وفروعها كافة وموقعها الالكتروني وتطبيقات الهواتف الذكية.

القاعدة رقم (19): يجب ان تتضمن اية معالجة الشكاوى والاستفسارات الاتي:

- أ. إجراءات تقديم الشكاوى و/ أو الاستفسار
- ب. توثيق استلام الشكاوى و / أو الاستفسار وتزويد العميل برقم مرجع رئيس وبالمدة المحددة للمعالجة عبر رسالة نصية الى هاتفه المحمول المعتمد لدى الشركة.
- ت. تزويد العميل بالإدارة المختصة بمعالجة الشكاوى و / أو الاستفسار الذي من خلاله يمكن للعميل التواصل مع الشركة عند الحاجة لمتابعة الشكاوى و/ أو الاستفسار.
- ث. توثيق القناة المستخدمة في التواصل مع العميل والاحتفاظ بسجلاتها بحد أدنى خمس سنوات.
- ج. معالجة الشكاوى و/أو الاستفسار الوارد مباشرة للشركة وفقا لما يصدر من تعليمات من البنك المركزي.
- ح. تزويد العميل بالإدارة المختصة بمعالجة الشكاوى و/أو الاستفسار بشكل مفصل والمستندات اللازمة التي تؤيد صحة المعالجة من خلال أحد القنوات الموثقة، بالإضافة الى الرد على استفساراتهم بشكل واضح وبجودة عالية.
- خ. في حال عدم رضا العميل عن نتيجة معالجة شكواه ورغبته بتصعيدها يجب تزويده بالآلية المتبعة للتصعيد لمستوى اعلى داخل الشركة أو توجيهه الى الجهة المختصة حسب ما يفضله.
- القاعدة رقم (20): يجب على الشركة تطوير مؤشرات اداء لقياس معالجة الشكاوى الواردة الى الشركة بشكل مباشر ومنها (قياس رضا العملاء، قياس جودة معالجة الشكاوى) ورفع نتائج المؤشرات بشكل ربع سنوي الى اعلى منصب تنفيذي في المؤسسة المالية.
- القاعدة رقم (21): يجب ان توفر الشركة خلال (5) أيام عمل المستندات التالية بناءً على طلب العميل:
- أ. نسخه من النماذج الأصلية لأي خدمة او منتج
- ب. نسخه من الشروط والاحكام المحدثة للمنتج أو الخدمة.
- ج. نسخه من عقود المبرمة مع العميل، بما في ذلك مستندات الضمانات والكفالات.
- د. نسخه من وثيقة التأمين ان وجدت في التعامل.
- القاعدة رقم (22): يجب على الشركة اتاحة رقم هاتف مجاني يمكن شرائح العملاء الاتصال به من داخل المملكة عن طريق الهاتف الثابت والمحمول، اضافة الى رقم هاتف للاتصال من خارج المملكة (للبنوك وشركات التأمين) لتقديم الشكاوى والاستفسارات على ان يتم نشر الرقم المجاني في الصفحة الرئيسية للموقع الالكتروني الخاص بالمؤسسة المالية بشكل واضح للعميل بالإضافة الى كافة القنوات الاخرى.
- القاعدة رقم (23): يجب على الشركة الاخذ في الاعتبار الحالات الانسانية ومسئولياتها المجتمعية عند التعامل مع العملاء الذين لديهم صعوبات مالية طارئة وايجاد الحلول المناسبة لهم قبل البدء في اتخاذ الاجراءات النظامية بحقهم.

القاعدة رقم (24): يجب على الشركة وموظفيها عدم التمييز في التعامل بين عملائها (الحاليين والمستقبليين) (بشكل محجف وغير عادل بناءً على العرق أو الجنس أو الدين أو اللون أو السن أو الإعاقة أو الحالة الاجتماعية أو أي شكل من أشكال التمييز الأخرى وذلك في مختلف التعاملات.

القاعدة رقم (25): يجب على الشركة نشر مبادئ وقواعد حماية عملاء المؤسسات المالية على موقعها الإلكتروني وفي مكان واضح للعميل.

القاعدة رقم (26): يجب على الشركة وضع ساعات عمل الفرع في المدخل الرئيس للفرع وفي موقعها الإلكتروني إضافة إلى ساعات عمل تقديم الخدمات الهاتفية.

القسم الرابع

القواعد السلوكية الخاصة:

القاعدة رقم (1): يجب على الشركة ألا تتجاوز الرسوم والعمولات وتكاليف الخدمات الإدارية التي تحصل عليها ما يعادل (1%) من مبلغ التمويل أو (5000) خمسة آلاف ريال، أيهما أقل، ولا يجوز حسمها إلا بعد توقيع العقد باستثناء رسوم التقييم العقاري فيجوز حسمها بعد حصول العميل على الموافقة الأولية لمنح التمويل العقاري.

القاعدة رقم (2): مع عدم الاضلال بالقاعدة رقم (1) من هذا القسم، يجب على البنك أو شركة التمويل عند منح التمويل العقاري أخذ إقرار من العميل قبل البدء في إجراءات التعاقد (يتضمن حقها في عدم استرجاع رسوم التقييم العقاري في الحالات التالية: عدم اتمام إجراءات منح التمويل لسبب لا يعود إلى العميل.

- الغاء الطلب من العميل قبل تنفيذ العقار

القاعدة رقم (3): يجب على الشركة اصدار خطاب مخالصة وتزويد العميل به عبر إحدى القنوات الموثقة مباشرة بعد سداد مستحقات المدينة أو سداد مبلغ التسوية المتفق عليه ودون الحاجة لتقديم طلب من العميل ماعدا الحالات الصادر بشأنها قرارات قضائية.

القاعدة رقم (4): يجب على الشركة ابلاغ العميل عبر القنوات الموثقة النتائج المترتبة على سجله الائتماني لدى شركات المعلومات الائتمانية في حال الوصول لتسوية بإسقاط البنك أو شركات التمويل للمبالغ المتبقية التي لم يسدها العميل من إجمالي المدينة. القاعدة رقم (5): يجب على الشركة تزويد العميل بناء على طلبه، بشكف حساب المدينة مفصل مجاناً خلال يوم عمل يشمل جميع الرسوم وكلفة الاجل والتكاليف بما في ذلك أي تكاليف اضافيه وذلك لمره واحدة في حال حدوث تعثر أو طلب سداد مبكر للتمويل.