

مبادئ وقواعد حماية عملاء شركة املاك العالمية للتمويل

إدارة العناية بالعميل

ديسمبر ٢٠٢٢ م / ١٤٤٤ هـ

النسخة رقم (٢)

أملك AMLAK
العالمية International

فهرس المحتويات

١	القسم الاول :
١	المقدمة
١	١. الاهداف :
١	٢. المسؤوليات :
٢	٣. التعاريف :
٣	القسم الثاني :
٣	مبادئ حماية العملاء
٥	القسم الثالث :
٥	القواعد السلوكية العامة:
٩	القسم الرابع :
٩	القواعد السلوكية الخاصه :

القسم الاول :

المقدمة

تحرص شركة املاك العالمية للتمويل على حماية مصالح العملاء بكل عدالة وامانة وشفافية ، وبهذا السياق تلتزم شركة املاك بإبقاء العملاء على علم واطلاع على التاثيرات المحتملة للاوضاع والاحداث على رفاهيتهم المالية الإجمالية أخذاً بالاعتبار التغيرات والتحديات المستمره في الاسواق المالية العالمية ، ان الغرض الكلي هو الارتقاء بمعايير معاملة العميل إجمالاً، وإثراء تجربته المالية اثناء تعامله مع شركة املاك العالمية .

تعمل شركة املاك 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 الخدمه وعمليات البيع ومابعد البيع، تشرح عملية البيع كافة خصائص المنتج والخدمة والمخاطر المحتملة المنبثقة عنهما وتقدم النصح للعملاء حول آلية التعامل مع اي شكاوى او نزاعات، ويتم ذلك بالاسناد إلى مقتضيات العدالة والشفافية على النقيض من السعي لتحقيق الارباح فحسب.

ان الغاية الاسمى لإعتماد 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 لتكامل سياسة التعامل مع اصحاب العلاقة والمحافظة على الخصوصية .

١. 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 وعملائها وذلك بحصولهم على معاملة عادلة بشفافية 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 .

٢. 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 املاك 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، وينبئهم إلى المخاطر المصاحبة لخدماته ومنتجاته، كما تركز الشركة على التثقيف المستمر للموظفين .

٣. التعريف :

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 يزاول في المملكة أي عمل من الأعمال المصرفية بصفة أساسية المرخص له وفقاً لأحكام لنظام مراقبة البنوك	البنك
الشركة المساهمة الحاصلة على ترخيص لممارسة نشاط التمويل وفقاً لنظام مراقبة شركات التمويل .	شركة التمويل
الشركة المساهمة التي تزاول 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
كل تعبير عن عدم الرضا ذي علاقة بالخدمة المقدمة، سواء كان مبرر أو غير مبرر، كتابةً أو شفاهة	الشكوى
وصول المؤسسة المالية إلى نتيجة نهائية بشأن شكوى العميل من خلال اتباع التدابير والإجراءات اللازمة لمعالجة الشكوى بشكل عادل وفعال خلال المدة الزمنية المحددة.	معالجة الشكوى
استعلام العميل عن الخدمات أو المنتجات المقدمة من المؤسسات المالية.	الاستفسار
طلب مقدم من العميل للحصول على منتج أو خدمة تُقدم من المؤسسة المالية.	الطلب
إفادة رسمية تصدر عن المؤسسة المالية تؤكد فيها على عدم وجود التزامات مالية على العميل تجاه منتج أو خدمة سبق وأن حصل عليها العميل.	خطاب مخالصة
الأشخاص المعنيين بتقديم الخدمات والمنتجات المقدمة من المؤسسة المالية، ويشمل ذلك كافة الموظفين المتعاقد معهم مباشرة أو المتعاقد معهم عن طريق الإسناد.	الموظفين
كل تصرف ينتج عنه مخالفة للسياسة الموثقة لإجراءات العمل يترتب عليه تبعات مالية و/أو مخالفة الحقوق النظامية أو التنظيمية لعميل واحد أو أكثر.	الخطأ
ترتيب يتم من طرف ثالث تتعاقد معه المؤسسة المالية لتقديم خدمة نيابة عنها.	الإسناد
وسيلة تواصل موثقة يمكن التحقق منها وقابلة للاسترجاع بشكل ورقي أو إلكتروني.	القنوات الموثقة
يوم تقويمي ويشمل إجازة نهاية الأسبوع والعطل الرسمية.	يوم
يوم تقويمي لايشمل إجازة نهاية الأسبوع والعطل الرسمية.	يوم عمل
كيان مُسند إليه نشاط تأديبة نيابة عن المؤسسة المالية.	الطرف الثالث

القسم الثاني:

مبادئ حماية العملاء

ترمي سياسة حماية العملاء الى إرساء علاقات جيدة بين الشركة وعملائها من خلال إقرار ومراقبة وتطبيق معايير لممارسة الاعمال وسلوكيات العمل الاخلاقية عند تعامل الشركة مع افراد هم عملاء حاليين او مستقبليين محتملين للشركة.

لقد تم تصميم مبادئ حماية العملاء ذي العلاقة لدعم جهود توفير الحماية المالية 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 المقدمة 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 ينعكس 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: المنافسة

يجب على الشركة أن تتيح للعملاء القدرة على البحث والمقارنة بين أفضل الخدمات والمنتجات ومقدمها بسهولة ووضوح، وعلى الشركة تقديم أفضل المنتجات والخدمات والأسعار بما يلي 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 وتحمل مسؤولية حمايتهم، وتحمل 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، وعلمها 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 (١) : يجب على الشركة تشجيع العملاء على قراءة العقود وملحقاتها ونموذج الإفصاح الأولي والشروط والأحكام والوثائق واي مستند اخر يتطلب موافقة العميل او توقيعه ، والتحقق من اطلاعهم وادراكهم لما جاء فيها ، بالاضافة الى توفير الشروط والاحكام المحدثه عبر القنوات الالكترونية للشركة.

القاعدة رقم (٢) : يجب على الشركة تقديم المعلومات و / او المستندات للعملاء بشكل واضح ودقيق ، وتجنب التضليل والغش والتدليس.

القاعدة رقم (٣) : يجب على الشركة إدراج كافة الشروط والأحكام في نموذج تقديم طلب الحصول على المنتج او الخدمة ، على ان تتضمن البيانات التحذيرية المخاطر المحتمله عند استخدام المنتج او الخدمة خلاف المتفق عليه.

كما يجب صياغة كافة الشروط والأحكام باللغة العربية بشكل مبسط وواضح وغير مضلل ، مع توفير نسخه باللغه الإنجليزية عند طلب العميل ذلك.

القاعدة رقم (٤) : دون الأخلال بالقاعدة رقم (٨) من هذا القسم ، يجب على الشركة ابلاغ العميل من خلال رساله نصية الى هاتفه المحمول المعتمد لدى الشركة اضافة الى القنوات الموثقه الاخرى بأي تغيير يطرأ على الشروط والاحكام (اذا كانت الاتفاقية والتعليمات ذات العلاقة تجيز هذا التغيير) قبل بدء سريان ذلك التغيير بمدته لاتقل عن (٣٠) يوم، كما يجب ان تتيح الشركة امكانية الاعتراض في حال عدم موافقة العميل بعد استلام الاشعار عن طريق احدى القنوات الموثقه.

القاعدة رقم (٥) : 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 ابرام العقد او الاتفاقية واخذ اقرار من العميل بقراءتها وفهمها والموافقه على محتواها ، ويجب ان يكون نموذج الإفصاح بلغه سهله وواضحه وبطريقه مبسطه.

القاعدة رقم (٦) : يجب على الشركة توحيد حجم المستخدم (حجم ١٤ كحد ادنى) وان يكون واضح ومقروء في العقود وملحقاتها التي من بينها نماذج الافصاح الاولية ، الشروط والأحكام ، الوثائق ، الاستثناءات، واي مستند آخر يتطلب توقيع العميل (ايا كان شكل التوقيع) على اي مستند فارغ او لم يتم استكمال كامل بياناته ، على الشركة حماية المستندات وتوقيع العملاء وحفظها.

القاعدة رقم (٧) : يجب على الشركة تزويد العميل بنسخه ورقيه او الكترونية - حسب مايفضله العميل - من جميع المستندات ذات العلاقة بالمنتجات والخدمات فور حصوله عليها ، واخذ اقرار من العملاء بالاستلام في حال تزويدهم بها ورقيا ، على سبيل المثال لا الحصر : العقد وملحقاته ، الوثائق التأمينية ، الشروط والاحكام ، جدول الرسوم والعمولات .

القاعدة رقم (٨) : 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 مافي حكمها ، ويستثنى من ذلك الرسوم والعمولات المتعلقة بطرف اخر بشرط ان تكون مرتبطه بانتفاع العميل بالأصل الممول ، ويلزم اشعار العميل بذلك عند ابرام العقد.

القاعدة رقم (٩) : يجب على الشركة وضع قائمة الرسوم والعمولات (بما في ذلك رسوم الطرف الآخر) في مكان واضح بمبناها وفروعها وادراجها في مواقعها الإلكترونية.

القاعدة رقم (١٠) : يجب على الشركة عند تقدم العملاء بطلب الحصول على خدمة او منتج الالتزام بالآتي :

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

ب. اشعار العميل بقبول الطلب او رفضه عبر رساله نصيه بحد اقصى (٣) ايام عمل ، وفي حال الرفض فيجب ان يتضمن الإشعار سبب الرفض بالإضافة الى آلية الاعتراض على الرفض.

ج. استثناءً من الفقرة (ب) يتم الاشعار للمطالبات التأمينية كتابيا وتحدد فترته وفقاً للمُدد المحددة في التعليمات ذات العلاقة ، ويجب ان يتضمن الاشعار بحد ادنى مايلي :

- 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 الداعمه لقرار الرفض في حال طلبها من العميل.

القاعدة رقم (١١) : 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 واقتصراره على الأشخاص المخولين فقط سواء كانوا على رأس العمل او بعد تركهم لوظائفهم.

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

القاعدة رقم (١٢) : يجب على الشركة التأكد من ان كافة القنوات الإلكترونية متوافرة وبشكل آمن ، وفي حال تكبد العملاء خسارة مباشرة نتيجة اختراق هذه القنوات و / او وضعها الأمني فيجب تعويضهم عن اي خسائر ناتجة عن ذلك ، كما يجب الالتزام بالآتي :

أ. تطبيق 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 المتضمنه رمز التحقق الى العملاء على سبيل المثال : تعريف مستفيد ، اعادة تعيين كلمة المرور ، الدخول على الحساب ، تحويل مبلغ مالي.

القاعدة رقم (١٣) : يجب على الشركة التحقق من استمرارية عمل انظمتها وخدماتها والتأكد من جاهزيتها في تلبية احتياجات العملاء في كافة الاوقات ، على المؤسسة المالية عدم الاستفاده 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 (٥) ايام عمل دون انتظار المطالبة بها ، ويجب اصلاح الخلل او العطل وفقا لمتطلبات استمرارية الاعمال ، كما يجب التواصل مع العملاء المتأثرين واحاطتهم بالخطأ وبالإجراءات التصحيحية التي تم اتخاذها من خلال احدى القنوات الموثقة ، واعلان ذلك من خلال جميع القنوات المتاحة.

القاعدة رقم (١٤): يجب على الشركة ضمان أداء 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 أداء الموظفين.

القاعدة رقم (١٥): دون الأخلال بالتعليمات ذات العلاقة ، يجب على الشركة متابعة أداء موظفي الصفوف الامامية من خلال الزيارات (الدورية – السريه) للفروع ومركز الاتصال وموظفي التحصيل ، بما فهم موظفي الطرف الثالث للتأكد من اتباع افضل الممارسات عند التعامل مع العملاء ، والالمام بالتعليمات الصادره عن البنك المركزي وبالمنتجات والخدمات المقدمة من الشركة، على ان ترفع تقارير نصف سنوية الى الاداره العليا لمراقبة أداء الموظفين .

القاعدة رقم (١٦): يجب على الشركة الالتزام بتوعية العملاء بشكل مستمر عبر كافة قنواتها ، على ان تشمل بحد ادنى : المنتجات والخدمات ومخاطرها ، الية التعامل مع الديون والتعثر ، عمليات الاحتيال ، التعامل مع الشركات او المؤسسات المالية ، او الاستثمارية الغير مرخصه ، الادخار ، التثقيف والتخطيط المالي .

القاعدة رقم (١٧): يجب على الشركة توفير قنوات متعددة لاستقبال الشكاوى والاستفسارات والطلبات بحيث تمكن العملاء من تقديم الشكاوى حسب مايفضلونه بكل يسر وسهوله وفي الاوقات المناسبة لهم وبما ينسجم مع طبيعة الشركة، على ان تتضمن بحد ادنى : الهاتف المجاني ، الفروع و/ او الموقع الالكتروني ، تطبيقات الهواتف الذكيه ، البريد الالكتروني.

القاعدة رقم (١٨): يجب على الشركة وضع آلية معالجة الشكاوى في مكان واضح بمبنى الشركة وفروعها كاه وموقعها الالكتروني وتطبيقات الهواتف الذكيه .

القاعدة رقم (١٩): يجب ان تتضمن الية معالجة الشكاوى والاستفسارات الاتي:

أ . اجراءات تقديم الشكاوى و/ او الاستفسار

ب. توثيق استلام الشكاوى و/ او الاستفسار وتزويد العميل برقم مرجع رئيس وبالمداه المحدده للمعالجه عبر رسالة نصية الى هاتفه المحمول المعتمد لدى الشركة .

ج. تزويد العميل بالاداره المختصة بمعالجة الشكاوى و/ او الاستفسار الذي من خلاله يمكن للعميل التواصل مع الشركة عند الحاجه لمتابعة الشكاوى و/ او الاستفسار.

د. توثيق القناة المستخدمة في التواصل مع العميل والاحتفاظ بسجلاتها بحد ادنى خمس سنوات.

هـ. معالجة الشكاوى و/ او الاستفسار الوارد مباشرة للشركة وفقا لما يصدر من تعليمات من البنك المركزي.

و. تزويد العميل بالاداره المختصة بمعالجة الشكاوى و/ او الاستفسار بشكل مفصل وبالمستندات اللازمة التي تؤيد صحة المعالجة من خلال احد القنوات الموثقه ، بالاضافه الى الرد على استفساراتهم بشكل واضح وبجوده عاليه .

ز. في حال عدم رضا العميل عن نتيجة معالجة شكواه ورغبته بتصعيدها يجب تزويده بالاليه المتبعه للتصعيد لمستوى اعلى داخل الشركة او توجيهه الى الجبهه المختصة حسب مايفضله.

القاعدة رقم (٢٠) : يجب على الشركة تطوير مؤشرات أداء 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 (٢١) : يجب ان توفر الشركة خلال (٥) ايام عمل المستندات التالية بناءً على طلب العميل :

أ. نسخه من النماذج الاصلية لأي خدمة او منتج

ب. نسخه من الشروط والاحكام المحدثه للمنتج او خدمه.

ج. نسخه من عقود المبرمه مع العميل ، بما في ذلك مستندات الضمانات والكفالات.

د. نسخه من وثيقة التأمين ان وجدت في التعامل.

القاعدة رقم (٢٢) : 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 بالاضافه الى كافة القنوات الاخرى.

القاعدة رقم (٢٣) : 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 (٢٤) : يجب على الشركة وموظفيها عدم التمييز في التعامل بين عملائها (الحاليين والمستقبليين) بشكل مجحف وغير عادل بناءً على العرق او الجنس او الدين او اللون او السن او الاعاقه او حاله الاجتماعيه او اي شكل شكل من اشكال التمييز الاخرى وذلك في مختلف التعاملات.

القاعدة رقم (٢٥) : يجب على الشركة نشر مبادئ وقواعد حماية عملاء المؤسسات المالية على موقعها الالكتروني وفي مكان واضح للعميل.

القاعدة رقم (٢٦) : يجب على الشركة وضع ساعات عمل الفرع في المدخل الرئيس للفرع وفي موقعها الالكتروني اضافة الى ساعات عمل تقديم الخدمات الهاتفية .

القسم الرابع :

القواعد السلوكية الخاصة :

القاعدة رقم (١) : يجب على الشركة الا تتجاوز الرسوم والعمولات وتكاليف الخدمات الادارية التي تحصل عليها مايعادل (١٪) من مبلغ التمويل او (٥٠٠٠) خمسة الاف ريال ، ولايجوز حسمها الا بعد توقيع العقد باستثناء رسوم التقييم العقاري فيجوز حسمها بعد حصول العميل على الموافقة الاولية لمنح التمويل العقاري.

القاعدة رقم (٢) : مع عدم الاخلال بالقاعده رقم (١) من هذا القسم ، يجب على البنك او شركة التمويل عند منح التمويل العقاري اخذ اقرار من العميل (قبل البدء في اجراءات التعاقد) يتضمن حقها في عدم استرجاع رسوم التقييم العقاري في الحالات التالية :
-عدم اتمام اجراءات منح التمويل لسبب لايعود الى العميل.

- الغاء الطلب من العميل قبل تنفيذ العقار

القاعدة رقم (٣) : يجب على الشركة اصدار خطاب مخالصة وتزويد العميل به عبر احدى القنوات الموثقه مباشره بعد سداد مستحقات المديونية او سداد مبلغ التسوية المتفق عليه ودون الحاجة لتقديم طلب من العميل ماعدا الحالات الصادر بشأنها قرارات قضائية .

القاعدة رقم (٤) : يجب على الشركة ابلاغ العميل عبر القنوات الموثقه النتائج المترتبة على سجله الائتماني لدى شركات المعلومات الائتمانية في حال الوصول لتسوية بإسقاط البنك او شركات التمويل للمبالغ المتبقية التي لم يسدها العميل من اجمالي المديونية.

القاعدة رقم (٥) : يجب على الشركة تزويد العميل بناء على طلبه ، بشكف حساب المديونية مفصل مجاناً خلال يوم عمل يشمل جميع الرسوم وكلفة الاجل والتكاليف بما في ذلك اي تكاليف اضافيه وذلك لمرة واحدة في حال حدوث تعثر او طلب سداد مبكر للتمويل.