

## سازمان های مشتری مدار

یک سازمان دارای طبقه بندی های اداری، چارت های سازمانی، قسمت های مختلف و اهداف و خطی مشی ها، دستورالعمل ها و بسیاری موارد دیگر است. که مسلماً برای مشتریان و بزرگی سازمان و قسمت های مختلف آن اهمیت ندارد بلکه می خواهند کسی مشکلاتشان را حل نماید. سازمان مشتری مدار سازمانی است که هدف آن پیش گرفتن درخواست های مشتریان در مسائلی که بیشترین ارزش را برای آنها داراست می باشد و رضایت مشتری را سرمایه خود و ضامن برگشت سرمایه سازمان می دانند. ارائه خدمات به مشتری همواره سرلوحه تفکرات و برنامه ریزی ها می باشد و در زندگی و مشکلات موجود برای کسانی که مسئول راضی نگه داشتن مشتری هستند تغییر و بهبود حاصل می نمایند. و سازمانی که نتایج عملکرد آن براساس انتظارات و خواست های مشتریان سنجیده می شود.

ملاک واقعی ارزش یک شرکت از نظر جامعه و صاحبان آن رضایت مشتری است و بدون این هیچ کسب و کاری نمی تواند ادامه حیات داده و ایجاد شغل نموده و یا زندگی کسانی را که در آن کار کرده و به مردم خدمت ارائه می دهند تأمین نماید. یک سازمان مشتری مدار بدون ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان خود نمی تواند موفقیتی حاصل کند و در دنیای امروز که دنیای کیفیت محور مشتری مدار است، مشتری هدف کار و مشتری گزایی زیربنای کلیه فعالیت های تجاری و اقتصادی خواهد بود. در این راستا جذب کارکنان مشتری مدار که ویژگی های بارز ارتباطات انسانی را در رفتار خود لحاظ کرده باشند ضروری است.

ویژگی های سازمان های مشتری مدار:

- هر عضوی از آن مفهوم مشتری مداری و رضایت مشتری را به خوبی درک کرده باشد.
- به طور صحیح عمل نماید
- مفهوم خدمات را به طور جامع درک کرده باشد
- شکایت و اشکالات وارده را به طور دقیق و در اسرع وقت رفع کند

آموزش و فراگیری مستمر موجب رشد می شود و کارکنان را تبدیل به منابع رقابتی می کند. ارتقاء و ایجاد توانمندی اگر با ابتکار و ابداع همراه شود سرمایه لایتناهی در سازمان به وجود می آورد که در صورت تغییرات سریع سازمان دچار بحران نخواهد شد. انعطاف پذیری برای هرگونه تغییر در واقع نوعی تخصصی شدن فعالیت ها است که موجب بقای سازمان و رضایت مشتری می شود.

### مدیر مشتری مدار

ارتباطات مؤثر بین کارکنان ضامن کیفیت مطلوب است، عموماً برای اجرای یک پروژه، تقسیم وظایف مقدم بر ایجاد ارتباطات مؤثر بین افراد قرار می گیرد در نتیجه روابط به طور نامطلوب گسترش یافته، اشتباهات بروز و نهایتاً اهداف اصلی گم خواهند شد. بنابراین باید قبل از شروع هر پروژه کارکنان را نسبت به اهمیت روابط متقابل در انجام وظایف و مسئولیت محوله، برای حصول نتیجه مورد انتظار آگاه ساخت. بدین ترتیب است که هرکسی متوجه نقش و تأثیر فعالیت های خود بر کار سایرین شده و می توان با تغییر کانون توجه افراد از عملکرد انفرادی به کار گروهی توقعات کارفرما را ارضاء و همه افراد را برنده تلقی نمود. آگاه سازی کارکنان از وظایف یک مدیر مشتری مدار می باشد. پیش از این خصوصیات یک سازمان مشتری مدار مورد بررسی قرار گرفته است. بطور کلی یک مدیر که به اصول یک سازمان مشتری مدار معتقد باشد و دارای صبر فراوان، تواضع، انتقادپذیری، آراستگی، راستگویی و صداقت، مطلع از خدمات سازمان و شنونده و پاسخ دهنده خوب جهت مشکلات مشتریان و ... را می توان یک مدیر

مشتری مدار محسوب کرد. مدیران هر سازمان از هسته‌های اصلی آن محسوب شده و باید خصوصیات و ویژگی‌های مشتری مداری را در خود تقویت نمایند.

ویژگی های مدیران مشتری مدار:

- مشتری را می‌شناسند.
- در سازمان جهت مشتری ایجاد اهمیت می‌کنند.
- به مشتری خدمت می‌کنند.
- برای مردم احترام قائلند.
- در مردم احساس برنده شدن ایجاد می‌کنند.
- در مورد مردم مانع اظهارات مخرب می‌شوند.
- ظرفیت انتقادپذیری سازمان را افزایش می‌دهند.
- مردم را از ارائه انتقاد سازنده منع نمی‌کنند.
- به انتقاد سازنده مردم به موقع پاسخ می‌دهند.
- تمایل به قبول اشتباه دارند.

#### کارکنان مشتری مدار

مدیران مشتری مدار بدون کارکنان مشتری مدار موفق نخواهند بود و کارکنانی که ویژگی های ذیل را داشته باشند در زمره کارکنان مشتری مدار قرار دارند:

- مردم‌دارند و مردم را دوست دارند.
- همیشه جانب مشتری را می‌گیرند.
- به سوالات مشتری پاسخ مناسب می‌دهند.
- به حرف های مشتری خوب گوش می‌دهند.
- شیک پوش و خوش صحبت هستند.
- ظاهر و باطنی آراسته و وارسته دارند.
- خود را به جای مشتری قرار می‌دهند.
- بیشتر به فکر ارائه خدمات هستند تا سود شخصی.
- همیشه بیشتر از حد انتظار مشتری برایشان کار می‌کنند.
- با مشتری همانند میهمان خود رفتار می‌نمایند.
- رفتار آنها نشانگر این است که مردم و مشتریان را در اولویت قرار می‌دهند.

با چنین دیدگاهی کارکنان مشتری مدار، مدیران مشتری مدار و سازمان مشتری مداری پیوستاری از خدمت به مشتری هستند به طوری که اگر هرکدام وظیفه و مسئولیت خود را نسبت به مشتری به درستی انجام ندهند فرآیند خدمت لطمه می‌خورد و به کاهش رضایت مشتریان می‌انجامد.