

مدیریت اثر بخش و خدمات مشتریان

اصولاً دوام تجارت هر بنگاه وابسته به خدمات ارایه شده از سوی آن بنگاه در جهت خدمات به مشتریان آن بنگاه می باشد تا بنگاه به اصل مهم و رویایی خود که همان اصل وفاداری مشتریان است نایل آید. این امر مستلزم یک حرکت دوجانبه است که وزنه سنگین در این حرکت دو سویه بر عهده بنگاه است، یعنی بنگاه باید تمام تلاش خود را در جهت رضایت مشتریان به کار گیرد و مایحتاج آنها را تأمین نماید، تا مشتری نیز وفاداری خود را به بنگاه نشان دهد. اما این اصل چگونه ممکن است و آیا اصولاً امکان پذیر است یا خیر؟ و اگر هست، چگونه؟ در این مقاله که تحقیقی است که از دو شرکت لوازم بهداشتی و تولیدی ماشین لباس شویی به نام های، Herbal Soap و Candy انجام گرفته است، در ۱۰ مورد برایتان بیان خواهیم کرد.

مقدمه:

همان طور که در چکیده مقاله گفته شد برای اینکه بنگاه دوام پیدا کند، یکی از اصول آن حفظ و رضایت مشتری است. اما مشتری نیز با یک سری اصول که از سوی بنگاه انجام می گیرد وفاداری خود را به بنگاه نشان خواهد داد. به کلیه فعالیت هایی که جهت رضایت مشتری از بنگاه ما که ممکن است تجاری یا غیر تجاری باشد انجام می گیرد، اصول خدمات مشتریان گفته می شود.

بعضی از اصول مهم خدمات مشتریان عبارتند از:

۱) توجه کنید که سطح خدمات مشتریان انجام گرفته از سوی بنگاه شما، مشتریان را انتخاب خواهد کرد. اگر خدمات مشتریانی که بنگاه شما انجام می دهد خیلی جذاب باشد و بهتر صورت بگیرد، باعث خواهد شد که مشتریان شما هم، اینگونه افراد باشند. و ضمناً اگر خدمات مشتریان شما بهتر و سریعتر باشد و در رقابت با سایر بنگاه ها بهتر انجام بگیرد مشتریانی که شما جذب خواهید کرد به مراتب از سایر مشتریان بنگاه های دیگر بیشتر خواهد بود پس سعی کنید کیفیت خدمات خود را در حد توان بالا ببرید.

۲) توجه کنید که مشتریان شما همان رفتاری را می کنند که شما در بخش خدمات مشتریان با آنها انجام می دهید. اگر شما رفتاری ملایم و متشخصانه داشته باشید، آنها نیز متقابلاً با شما رفتاری عالی را در پیش خواهند گرفت اما اگر رفتار تندخویانه با آنها داشته باشید انتظار رفتار ملایم داشتن از مشتری نابعاست. شما باید به کارمندانان بیاموزید که اگر مشتریان با شما رفتار ناشایست یا لحن تند داشته باشند، شما همواره با آنها رفتاری ملایم در پیش می گیرید.

۳) بدانید مشتریان شما چه کسانی هستند؟ برای مشتریان خود تا حد توان ارزش قائل شوید. سعی کنید از رفتار فرد واردشده تشخیص بدهید که آیا او مشتری شما است یا خیر؟ سعی کنید به مشتری ابراز کنید که برای او فوق العاده احترام قائلید. مثلاً سعی کنید، اسم مشتریانان را به یاد داشته باشید و وقتی که آنها وارد می شوند به اسم آنها را خطاب کنید مثلاً سلام آقای اسمیت. این قسمت را با مثالی بیشتر توضیح می دهیم: مثلاً شما احساس می کنید در یک کلوپ تناسب اندام که حدود ۱۰ سال بوده که با آن ارتباط و همکاری داشته اید و هر ۶ ماه عضویت خود را تمدید می کردید بر حسب اتفاق وقتی روزی با دوست خود به گردش رفته بودید دیدید که کلویی هست که خیلی با امکانات جالب و در محیطی بهتر که از لحاظ نور و وضعیت و شرایط آب

و هوایی عالی است، و تصمیم می‌گیرید که دیگر به کلوپ قبلی نروید و به کلوپ جدید بروید. بعد از گذشت یک سال و نیم هیچ تلفنی یا پیغامی از کلوپ قبلی خود که ۱۰ سال با آن همکاری داشته‌اید و عضو آنجا بوده‌اید به شما نرسیده است. نتیجه‌ای که از این اتفاق می‌گیرد چیست؟ دقیقاً، نتیجه این است که عضویت یا لغو عضویت شما هیچ تاثیری در کلوپ نداشته است و آنها برای شما ارزشی قائل نبوده‌اند. زیرا هیچ زنگ یا پیغامی برای شما از کلوپ قبلی نیامده بود و اگر کسی دیگر، سراغ عضویت در آن کلوپ را از شما بگیرد، شما هرگز وی را به آنجا معرفی نمی‌کنید. پس سعی کنید به مشتریان خود نشان دهید که چقدر آنها برای شما مهم هستند.

۴) آیا مشتریان شما، شما را می‌شناسند؟ سعی کنید ترتیبی اتخاذ کنید که مشتریان، شما را به راحتی بشناسند و بتوانند به شما دسترسی داشته باشند. مثلاً در یک رستوران در کالیفرنیا عکس مسئول رستوران و معاون رستوران در دیوار در نزد لیست انتخاب غذا نصب شده است، و باعث می‌شود که مشتریان هم مدیر و هم معاون مدیر را بشناسند و اگر پیشنهاد یا انتقادی را دارند، مستقیماً به گوش رئیس برسانند. هم چنین حضور مدیر در محل کار سبب می‌شود که کارها خیلی اصولی پیش رود. و کارمندان کارها را منظم‌تر انجام می‌دهند.

۵) برای خدمات مشتریان بهترین گام‌ها را بردارید. برای اینکه مشتریان فعلی را نگه دارید. و مشتریان جدیدی را نیز جذب کنید، گام‌های اضافی بردارید. مثلاً هنگام تولد آنها برای آنها کارت تولد مبارک یا اگر ازدواج کردند برای آنها کادویی از طرف شرکت یا وقتی تفریح شغل پیدا کردند برای آنها کارت تبریک بفرستید. اینها گام‌هایی هستند که شما مجبورید برای اینکه مشتری را راضی نگه دارید بردارید. اینها گام‌هایی هستند که مشتری احساس می‌کند که با او بیگانه نیستید و او را صمیمی احساس می‌کند. پس درنگ نکنید.

۶) حضور مشتری را محترم بشمارید. کارمندان خود را طوری تربیت نمایید که که وقتی مشتری وارد بنگاه شد با او خوش آمد گویی صمیمانه‌ای داشته باشید. حدود ۳۰ تا ۴۰ ثانیه. و به آنها بگویید که از آمدنشان به بنگاه یا فروشگاه کمال تشکر را داریم و از حضورشان در فروشگاه تقدیر و تشکر صمیمانه کنید.

۷) شک و تردید مشتری را منطقی برطرف کنید. اگر مشتری در مورد کالایی که تولید شده است یا هر مطلب دیگر سوالی را داشته باشد، سعی نکنید مشتری را در موقعیتی قرار دهید که احساس شکست به او دست دهد یا مشتری را هرگز تحقیر نکنید یا شکست ندهید... یا طوری موقعیت ایجاد نکنید که خودتان را برنده بحث فرض کنید. اگر مشتری درخواستی را از شما دارد سعی کنید در حد توان بله بگویید. اگر مشتری از شما تقاضایی را درخواست کند و منع قانونی نداشته باشد، هرچند تعداد آن زیاد باشد حتماً پاسخ بله بگویید. اما اگر منع قانونی داشته باشد سعی کنید او را توجیه کنید. همیشه نه نگویید.

۹) آیا کارمندانان تربیت کافی را یافته‌اند که چگونه با مشتری شاکی رفتار مناسب داشته باشند؟ در هر شرایطی سعی کنید رفتار مناسبی با مشتریانان داشته باشید. حتی اگر آنها ناراحت و خشمگین هم باشند، سعی کنید شما و همچنین کارمندانان، آنهایی که مستقیم یا غیر مستقیم با مشتریان سر و کار دارند، رفتار مناسبی داشته باشید.

۱۰) می‌خواهید بدانید مشتریانان در مورد شرکت شما چه فکر می‌کنند و چه نظری دارند؟ از آنها سوال کنید. اگر واقعاً می‌خواهید بدانید که مشتریانان چه برداشتی از شرکت شما دارند، از آنها سوال کنید. بپرسید که نظراتان در مورد خدمات انجام شده در شرکت چیست؟ یک سری سوالات انتقاد و پیشنهاد طراحی کنید و آنها را در جلوی درب خروجی بگذارید یا یک دفتر طراحی کنید که نظرات خود را در آنجا بنویسند یا اینکه فرم‌هایی روی کاغذ‌هایی مخصوص به صورت سوالات چهار گزینه‌ای

طراحی کنید و از مشتریان بخواهید به آنها جواب دهند و مرتباً آنها را مرور و بررسی نمایید تا نظرات آنها و نقاط ضعف و قوت خود را دریابید. ممکن است مشتریان اسم و آدرس خود را بنویسند یا ننویسند. مهم نیست و اگر نوشتند و انتقادی داشتند، هرگز با تندخویی با آنها رفتار نکنید و وقتی که آن عیب را در شرکت رفع کردید به وی زنگ بزنید یا پیغام بگذارید که آن عیب شرکت رفع گردیده است و از او تشکر نمایید.

نتیجه گیری:

چکیده و نکته مهمی که از بخش خدمات مشتریان دو شرکت ذکر شد، این است که: ارزش میزان مشتریان راضی از شرکت همواره از بیشترین میزان سود ریالی کسب شده بیشتر است. سعی کنید رضایت مشتری، در اولویت قرار بگیرد. و بعد از این بند سود نیز خود به خود خواهد آمد. بازار تجارت امروزه با وجود رقبای سرسخت، خیلی ساده، با به کارگیری فنون گفته شده قابل کنترل است، به شرط اینکه از تجربیات این دو شرکت موفق به صورت کاملاً دقیق پیروی شود. ضمناً این را نیز به یاد داشته باشید که تعداد مشتریان شما بستگی به میزان راضی نگه داشتن مشتریان شما از شرکت دارد.

با روش های گفته شده سیستم خدمات مشتریان شما از یک انعطاف لازم برخوردار خواهد شد که قابلیت پاسخگویی به انواع مشتریان را دارد. ما نمی توانیم در خدمات مشتریان فقط از یک روش خشک استفاده کنیم که قابلیت انعطاف ندارد، چون ما با یک نوع مشتری سرو کار نداریم بلکه با انواع مشتری که هر کدام سلیق متفاوت دارند سرو کار داریم.

محمد رضا نوروزی

برگرفته از: maghaleh.net