



کنترل خدمات مشتریان را در دست بگیرید

ایجاد کسب و کاری مشتری‌گرا

کن بلاچارد¹

کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری، مزیت رقابتی شما محسوب می‌شود. محصولات یا خدمات شما قابل تکرارند، اما چیزی که تکرارپذیر نیست، نیروی انسانی شما، چگونگی رفتار آن‌ها با مشتریان و احساس مشتریان نسبت به کسب و کار شماست.

بهترین راه برای خوشحال کردن و هیجان زده کردن مشتریان، مراقبت از کسانی است که مسئول مراقبت از مشتریان هستند، یعنی نیروی انسانی. این وظیفه‌ی کسب و کارهاست که در همه حال مراقب نیروی انسانی‌شان باشند. هنگامی که افرادی که برای شما کار می‌کنند، احساس ارزشمند بودن کنند، آن‌ها متقابلاً این احساس را به مشتریان انتقال می‌دهند و این باعث ایجاد وفاداری در مشتریان می‌شود.

اگر شما با نیروی انسانی‌تان درست رفتار نکنید و آن‌ها احساس مفید بودن نکنند، این امکان وجود دارد که این نگرش منفی از طریق آن‌ها به مشتریان انتقال داده شود. و آن نگرش این است: "چرا شما دوست دارید که از اینجا خرید کنید؟ آیا از چیزی که در پشت درهای اینجا می‌گذرد، باخبرید؟"

"بهترین راه برای خوشحال کردن و هیجان زده کردن مشتریان، مراقبت از کسانی است که مسئول مراقبت از مشتریان هستند"

رهبرانی که به دنبال ایجاد فرهنگ ارائه خدمات استثنایی هستند، معتقدند که مهم‌ترین چیز در وهله‌ی اول، خدمت است. اطمینان حاصل کنید که هرکسی در کسب و کار شما، در حیطه‌ی شغلش با خدمات مشتریان آشناست، حتی اگر آن شخص به طور مستقیم با مشتریان ارتباط نداشته باشد. عمل‌گرا باشید. و در درجه اول خودتان به حرف‌هایتان عمل کنید. به عنوان یک رهبر، شما چگونه باید با دیگران رفتار کنید؟ رهبران باید الگوهای بزرگی برای دیگران باشند.

¹ Ken Blanchard



اگر تناقض در کارتان وجود داشته باشد، مشتریانتان را از دست خواهید داد. اگر رفتار عده‌ای از افراد شما با مشتری مناسب و رفتار عده‌ای دیگر اینگونه نباشد، مشتری احساس ناامیدی خواهد کرد. به تناقضات درون سازمانی نیز اجازه خودنمایی ندهید. این‌گونه نباشد که شعارتان کیفیت برتر خدمات باشد و کارکنانتان را بر مبنای تعداد و کمیت خدمات ارائه داده شده بسنجید. شما باید برای سنجش کارکنانتان ابزار اندازه‌گیری داشته باشید، ولی آن ابزار را بر اساس سطح کیفیت خدمات ارائه‌شده به مشتریان میزان کنید.

شما باید برای کارکنانتان موارد زیر را مشخص سازید:

کیفیت برتر خدمت به مشتریان چگونه باید باشد؟

چه چیزی را می‌طلبید؟(ملزومات آن کدامند؟)

و چه مفهومی برای کسب و کار شما دارد؟

شما، باید برنامه‌های انگیزشی و پاداش نیز داشته باشد. برای هر رفتاری که از کارکنانتان انتظار دارید، پاداش تعیین کنید.

اطمینان حاصل کنید که کارکنانتان نمی‌خواهند در برابر مشتری برنده شوند و به دنبال اثبات اشتباه مشتری نیستند. شما، افرادی که تابع سیاست‌های شما نباشند را نمی‌خواهید، حتی اگر امور کسب و کارتان با وجود آن‌ها به‌خوبی پیش رود. شما باید به کارکنانتان اجازه دهید که ورای سیاست‌های شما و برتر از آن بیاندیشند.

افراد مناسب را استخدام کنید، کارکنانتان را آموزش دهید و آن‌ها را به استفاده از توانایی‌های ذهنیشان تشویق کنید. از افرادی که به‌طور مستقیم با درخواست‌های مشتریانتان در ارتباط هستند، بخواهید به آن‌ها گوش کنند و از ایده‌های خوبشان بهره بگیرند.

شما، افرادی که فکر می‌کنند شما مراقب حرف‌های آن‌ها نیستید، را نمی‌خواهید. افرادتان را تشویق کنید که حرف‌های مشتریان را گوش کنند، و محیطی امن برای صحبت‌های آن‌ها ایجاد کنند. هنگامی که کارکنانتان مشکلی را حل کردند یا بهبودی ایجاد کردند به آن‌ها اعتبار تخصیص دهید. مالکیت، اعتماد ایجاد می‌کند. اگر افرادتان به شما اعتماد داشته باشند، دلیلی برای ترک خدمت و رفتن به جایی دیگر نخواهند داشت، این



به مراتب بهتر از وضعیتی است که من آن را "رفتن و ماندن"^۱ می‌نامم-حالتی که افراد حضور دارند، اما در عمل به مانند تکه گوشتی مرده می‌مانند-.

شما می‌خواهید که مشتریانانتان چه چیزی را بدانند؟ از دید ما، خدمت، مراقبت از دیگران است. شعار ما این است: من مواظبم. اینکه شما بدانید کسی مراقب شماست، در شما اعتماد و وفاداری ایجاد می‌کند، و اگر اشتباهی رخ داده، این تمایل وجود دارد که آن را نادیده بگیرد.

همواره کاری را که انجام می‌دهید ارزیابی کنید. شما نمی‌توانید ارزیابی را سالی یک بار انجام دهید و امید داشته باشید که به همه‌ی نتایج دست یابید. داده‌ها را جمع‌آوری کنید و خدمت را در همه‌ی ابعاد آن اندازه-گیری کنید.

احتمالاً، مشتریان خواهان ارائه گزینه‌های بیشتر هستند. برخی ترجیح می‌دهند با یک سیستم خودکار ارتباط برقرار کنند، اما شما باید این گزینه را در اختیار مشتریانانتان قرار دهید که بتوانند همواره با یک شخص به-صورت زنده ارتباط برقرار کنند. خیلی‌ها نمی‌دانند که هنوز هم بسیاری از مشتریان خواهان برقراری چنین ارتباطی می‌باشند.

کن بلانچارد، متخصص جهانی امور مدیریت و رهبری و از بنیان‌گذاران شرکت "کن بلانچارد" است. او نویسنده بسیاری از پرفروش‌ترین کتاب‌های جهان مثل "مدیر ۱ دقیقه‌ای"^۲ و "هوداران تمام عیار"^۳ می-باشد.

برگرفته از سایت success.com

مترجم: صالح سالاری

¹ Quit and Stay

² The one minute manager

³ Raving fans