

«بِسْمِ تَعَالَى»

جزوه آموزشی احکام تجارت و کسب و کار

(موضوع ماده ۱۴ آئین نامه اجرایی ماده ۱۲ قانون نظام صنفی)

نام درس: مسیری‌مداری

تهیه و تنظیم:

اتاق اصناف شهرستان پردیس

اسفندماه ۱۳۹۸

اتاق اصناف شهرستان پردیس

تعریف مشتری مداری

اما مشتری مداری چیست؟ بر اساس تعریف مشتری مداری عبارت است از نوعی فرهنگ سازمانی که رفتارهای لازم جهت ارزش گذاشتن به مشتریان را به بهترین شکل ممکن ایجاد می‌نماید. همچنین بر اساس تعریفی دیگر مشتری مداری عبارت است از برداشت مشتریان از برآورده شدن خواسته‌ها و انتظارات آنها.

بنابراین نخستین گام در مشتری مداری این است که بدانیم "مشتری چه می‌خواهد؟" اگر بتوانیم پاسخ مناسب و کاملی برای این پرسش پیدا کنیم، آنگاه رضایت مندی و وفاداری مشتریان را خواهیم داشت.

در ادامه به معرفی خواسته‌ها و انتظارات با اهمیت از دیدگاه مشتریان خواهیم پرداخت که فراهم نمودن آنها توسط شما، کمک زیادی به ایجاد مشتری مداری خواهد نمود.

احترام به مشتری

اولین انتظار هر مشتری احترام است. اصولاً همه ما دوست داریم که دیگران به ما احترام بگذارند و این خواسته زمانی که در جایگاه مشتری هستیم، بیشتر نیز می‌شود. به کارکنان خود آموزش دهید تا در هنگام گفتگو و برقراری ارتباط با مشتریان، با نهایت ادب و احترام رفتار نموده و حتی بیش از انتظار مشتری به او احترام بگذارند. طبیعی است که مشتریان نیز در مقابل احساس خوشایندی داشته و قدردانی خود را با وفاداری و تکرار خرید نشان خواهند داد.

کیفیت محصولات و خدمات

برای هر مشتری کیفیت محصولات و خدمات مهمترین عامل در وفاداری و تکرار خرید از یک فروشنده است. مشتری ممکن است قیمت بالاتر و یا نکات منفی دیگر را تحمل کند اما مطمئناً کیفیت پایین کالا و خدمات را تحمل نخواهد کرد. برای نگهداری مشتریان، تاکید زیادی بر حفظ کیفیت محصولات و خدمات خود داشته و در صورت عدم رضایت مشتری از کیفیت، به بهترین نحو به دنبال جبران و کسب رضایت مشتری باشید.

فراهم نمودن کالاها و خدمات مورد نیاز

مشتریان در هنگام مراجعه انتظار دارند شما تمام کالاها و خدمات مورد نیاز آنها را فراهم نمایید. این ویژگی موجب ایجاد حس اطمینان و آرامش در مشتریان نسبت به شما می‌گردد. بنابراین در هر زمینه‌ای که کار می‌کنید، سعی کنید تا طیف کاملی از محصولات و خدمات را تامین نمایید تا مشتریان کمتر با پاسخ منفی شما روبرو گردند.

آراستگی محیط و کارکنان

اولین چیزی که مشتریان می‌بینند وضعیت ظاهری محیط کسب و کار و کارکنان شما است. سعی کنید محیط شرکت یا فروشگاه شما آراسته و زیبا باشد، این حس خوبی از آرامش و اطمینان به مشتریان منتقل نموده و آنها را به حضور و خرید از شما تشویق می‌کند

تعریف رضایت مشتری

در یک نگرش کلی، هر مشتری (به صورت عام) پس از دریافت خدمت یا خرید و استفاده از یک کالا، راضی یا ناراضی است. رضایت، وجود یک احساس مثبت است که در نهایت در مصرف کننده یا دریافت کننده ایجاد می شود. در اصل این احساس به واسطه برآورده شدن انتظارات مشتری و عملکرد عرضه کننده به وجود می آید.

رضایت تنها بخشی از مرحله ای است که باید در مسیری طی کرد تا مشتری از محصول لذت ببرد. لذت بردن از محصول (و نه رضایت مشتری) موجب وفاداری و تداوم وفاداری وی خواهد بود.

اهمیت مشتری:

مشتری و رضایت او ضامن تداوم فعالیت سازمان در بازار پر رقابت امروزی می گردد.

بنابراین جلب رضایت مشتری راز بقای سازمان است. برای نشان دادن اهمیت مشتری و ضرورت حفظ او، توجه نکات زیر ضروری به نظر می رسد.

۱- هزینه جلب یک مشتری جدید، بین پنج تا یازده برابر نگهداری یک مشتری قدیم است.

۲- برای افزایش دو درصدی مشتری، باید ده درصد هزینه کرد.

۳- رضایت مشتری، پیش شرط تمام موفقیت های بعدی شرکت هاست.

۵- رضایت مشتری، مهمترین اولویت مدیریتی در مقابل اهداف دیگری چون سودآوری، سهم بیشتر بازار و توسعه محصول می باشد.

۶- ارزشمندترین دارایی هر سازمان، اعتماد و اطمینان مشتریان است.

۷- انتخاب مشتری دائمی و وفادار، تنها شرط بقای دائمی و استمرار فعالیت های کارآمد هر شرکتی است.

۸- مدیران ارشد باید شخصاً الگوی پایبندی درقبال رضایت مشتری باشند.

۹- برای جلب اعتماد مشتریان، کمتر از توان خود قول بدهید و بیشتر از قولی که داده اید عمل کنید.

۱۰- معادل ۹۸ درصد مشتریان ناراضی، بدون شکایت به سمت رقبا می روند.

۱۱- احتمال این که مشتریان کاملاً راضی (شاد) مجدداً از شرکت شما خرید کنند، شش برابر مشتریان فقط راضی است.

۱۲- گوش دادن به شکایت مشتری ۹۰ درصد کار است و حل کردن آن هفت درصد و پی گیری برای اطلاع از راضی شدن مشتری سه درصد دیگر است.

سود در تجارت ، مستلزم مراجعه دوباره مشتری است زیرا مشتریانی که به داشتن کالاها یا خدمات شما مباحثات می کنند، دوستانشان را هم به مصرف کالاها یا خدمات شما تشویق می نمایند.

تبدیل شکایات به فرصت ها

وقتی شما درباره اصطلاح "شکایت" می اندیشید، احتمالاً آن را با کلمات یا عبارات منفی مرتبط می-کنید. با وجود این، یک روش مثبت برای نگاه کردن به شکایات وجود دارد. در حقیقت، نگاه کردن مثبت به شکایات، اولین گام برای برخورد مثبت با آن-هاست.

پیش از اینکه حتی شروع به حل مساله-ای بکنید که مشتری توضیح داده است، طرز تلقی شما در مورد مشتریان و شکایات آن ها باید مثبت باشد. لازم است که بتوانیم به صورت حرفه-ای و مثبت با مساله شکایات برخورد کنیم و آن را فرصتی دوباره برای ارائه خدمت بهتر بدانیم

پاسخ گویی موثر به شکایات :

شکایت کردن حق مشتری است و بعضی اوقات افرادی می خواهند از خدمات شما شکایت کنند این یک امر عادی است و شما باید انتظار آن را داشته باشید درچنین مواردی طرز برخورد ، کلید موفقیت است.

به انتقاد گوش کردن ، سرسری نگرفتن انتقاد ، برخورد تدافعی و تهاجمی نکردن ، برخورد تلافی جویانه نداشتن ، مشتری را درک کردن ، صراحت داشتن ، ازویژگی های پاسخگویی موثر به شکایات می باشد برای پاسخ گویی موثر به نکات زیر باید توجه داشت:

عذر خواهی کنید – حتی اگر مقصر نباشید

به دقت گوش کنید – به حقایق و جزئیات پی ببرید

مشتری را درک کنید – نشان دهید که شکایت او را شنیده اید

پاسخ درست بدهید- اگر پاسخ صحیح را نمی دانید برمبنای حدس و گمان پاسخ ندهید

مسئولیت بپذیرید – طفره نروید و به نیابت از شرکت تقصیر را قبول کنید

اقدام کنید – خودتان به شکایت رسیدگی کنید و یا درصورت نیاز شکایت را جهت رسیدگی به فرد دیگری بدهید

به مشتری بگویید در حال انجام چه کاری هستید.اگر فرایند کار بیش از آنچه فکر می کردید طول می کشد از او به خاطر تاخیر عذرخواهی کنید. در مورد آن چه اتفاق افتاده است توضیح دهید

آرامش را حفظ کنید. برخورد خوش داشته باشید و اطمینان بدهید که شما مایل به کمک کردن هستید و این مسئله دوباره رخ نخواهد داد. مجادله نکنید. اگر مشتری شما را برآشفته و عصبانی می‌کند، فرد دیگری را دخالت دهید. اغلب وارد کردن افراد دیگر در ماجرا وضعیت را آرام میکند

حرفه‌ای برخورد کنید. آرام، دارای قدرت تمرکز، دقیق و مشکل‌گشا باشید

نحوه اطلاع‌رسانی و شیوه‌های ارائه خدمت:

در ایجاد ارتباط و اطلاع‌رسانی با مشتریان از ابزارهای متفاوتی می‌توان بهره‌گرفت که شناخت آن‌ها در سهم بازار موثر خواهد بود.

آمیخته ترفیع و تشویق عبارتند از: تبلیغات و آگهی‌ها، پیشبرد فروش، روابط عمومی و فروش مستقیم (شخصی)

تبلیغات و آگهی‌ها

تبلیغات عبارت است از ارتباط و معرفی غیرشخصی محصول یا خدمات از طریق حامل‌های مختلف در مقابل دریافت وجه برای موسسات انتفاعی یا غیرانتفاعی، یا افرادی که به نحوی در پیام مشخص شده‌اند. این علم که هر روز با علوم جامعه‌شناسی، آمار، اقتصاد و روانشناسی پیوستگی بیشتری پیدا می‌کند و هنرهایی نظیر موسیقی، ادبیات، عکاسی، گرافیک و نقاشی را به خدمت می‌گیرد، در رساندن پیام فروش به بازارها و مصرف‌کنندگان نقش اساسی دارد و اکنون هیولایی است از آمار و ارقام با صدها دلار هزینه سالانه و میلیون‌ها نفر در سراسر جهان که در این رشته مشغول به کارند.

رضایت کارکنان

رضایت کارکنان یکی از عوامل ضروری برای رضایت مشتری است. در صورتیکه کارکنان شما از میزان حقوق و یا امکانات رفاهی خود ناراضی باشند، انگیزه خوبی نیز برای حفظ کیفیت محصولات و خدمات نخواهند داشت. همچنین نمی‌توان انتظار داشت که با روحیه‌ای مناسب و نهایت احترام با مشتریان برخورد نمایند. بنابراین طبیعی است که این نارضایتی به مشتریان هم منتقل خواهد شد.

نظرسنجی از مشتریان

شنیدن نظرات، انتقادات و پیشنهادات مشتریان، شما را متوجه نقاط قوت و ضعف خود نموده و به شما کمک زیادی در برنامه‌ریزی برای بهبود شرایط خواهد نمود. از سوی دیگر مشتری یا از کیفیت خدمات شما راضی است و یا ناراضی، در هر دو حالت از اینکه به نظر او احترام گذاشته و از او در مورد رضایت یا عدم رضایت پیگیری می‌نمایید، احساس خوبی داشته و اعتماد او به شما بسیار بیشتر خواهد شد.