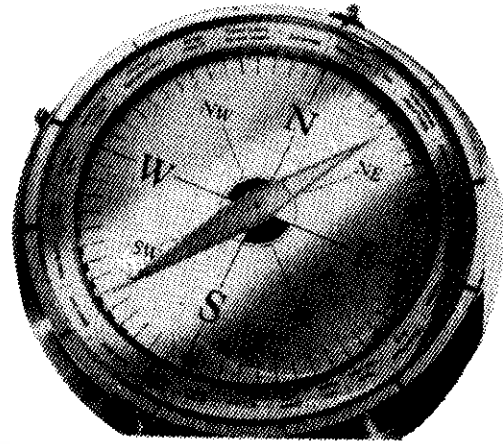


رضایت مشتری، کانون اصلی طراحی‌های تولیدی است

نویسنده: مدیر مرکز بهره‌وری چین
Hsu Chieh - Kwei



▲ جلب رضایت مشتری یک هدف است. عقربه قطب‌نما را همیشه در جهت این هدف نگهدارید.

می‌کردند که محصولات نهایی آنها هنوز از ایده‌آل فاصله دارد. چون صاحبان صنایع کفش ورزشی در آن زمان رقبای کمی داشتند، لذا زیاد به اظهارنظرهای استفاده‌کنندگان از کفش‌ها توجهی نمی‌کردند تا طرح‌های احتمالی بهتری را به وجود آورند. در اواخر دهه ۱۹۵۰، هنوز سازندگان کفش‌های ورزشی چندان تمایلی نداشتند که کفش‌هایی بسازند که واقعاً مصرف‌کنندگان راحت باشند.

این وضع باعث شد که "باورمن" که خود سابقاً ورزشکار و مربی ورزشی دبیرستان بود، به این نتیجه رسید که این منطقی نیست که همه کفش‌ها به یک شکل طراحی شوند. بعد از شاهد بودن آن همه ورزشکارانی که از درد و مصدومیت به خاطر کفش‌های ناراحت در عذاب بودند، او فکر کرد که ورزش‌های متفاوت نیازمند حرکات متفاوت است و بنابراین، نوع فشار روی پا در ورزش‌های گوناگون فرق می‌کند. در نتیجه، "باورمن" تصمیم گرفت که خودش دست به کار شود و یک جفت کفش ورزشی بهتر طراحی کند.

آسایش مشتری در قلب هر طرح محصولی قرار دارد

"باورمن" طرح‌هایش را برای شرکت‌های سازنده کالای ورزشی در ایالات متحده فرستاد، ولی تنها مجموعه‌ای از پاسخ‌های مؤدبانه منفی را دریافت کرد که مضمون همه آنها این بود: "ما به شما نمی‌گوییم چطور ورزش را بیاموزید و بهتر است شما هم به ما نگوئید چگونه کفش ورزشی بسازیم." عاقبت "باورمن" که از همه جا ناامید شده بود، با شریکش "فیل نایت" (Phil Night) شرکت خودشان را به نام "نایکی" ایجاد کردند که کانون فعالیتش ساخت و ارزیابی نوعی جدید از کفش‌های ورزشی بود که همه بومینای طرح‌های "باورمن" تهیه می‌شد. در این هنگام، کفش‌های "نایکی" به سرعت مورد استقبال شدید مصرف‌کنندگان قرار گرفت. این تجربه نمونه خوبی از این واقعیت است که کفش‌های ورزشی "نایکی" براساس طرح‌های به اصطلاح متخصصان در زمینه طراحی به وجود نیامده بود، بلکه تنها نیازهای اصولی و راحتی مصرف‌کنندگان را به‌طور کامل در نظر گرفته بود. موفقیت "نایکی" نشان‌دهنده آن است که جلب آسایش و رضایت مشتری باید کانون اصلی طراحی انواع محصولات و خدماتی باشد که به جامعه عرضه می‌شود. ■

که هر دو به طور مساوی در این موفقیت سهیم هستند: یکی، کیفیت کالا و دیگری، طبیعت طرح‌های محصولات که مشتری پسند و خوش‌ایند مشتری است. مسلماً این نکته، عنصر اصلی است که نباید نادیده گرفته شود.

گفتنی است که "بیل باورمن" (Bill Bowerman) ابتدا در سال ۱۹۶۶ اولین کفش‌های ورزشی را به صورت پاشنه قایقی و با بالشتکی در وسط کف آنها طراحی کرد. این طرح نه تنها پایه‌گذار آینده موفق "نایکی" در این صنعت شد، بلکه اولین پیشرفت تکنیکی در زمینه کفش ورزشی از دهه ۱۹۲۰ به بعد محسوب می‌شد. با تولد این طرح از کفش‌های ورزشی، مهمترین اتفاقی که افتاد، این بود که این کفش‌ها، به ورزشکاران مرد و زن این امکان را می‌داد که پاهایشان در برابر مصدومیت حفظ شود، چون طرح‌های ضعیف قبلی، در واقع، صدمات فراوانی به پاهای ورزشکاران وارد آورده بود.

بدیهی است که مشکل صدمات ورزشی ناشی از کفش‌های خراب سابقه‌ای طولانی دارد. آمارها نشان می‌دهد که کیفیت کفش‌های ورزشی طی ۲۰۰۰ سال از شکل گرفتن المپیک تنها تغییری جزئی داشته است. گرچه شرکت‌های آلمانی "آدیداس" و "پوما" در دهه ۱۹۲۰ دست به تحقیقات خاصی در تولید کفش‌های ورزشی زدند، اما بسیاری از ورزشکاران احساس

چندی پیش، ستاره بسکتبال آمریکا - مایکل جوردن - بازنشسته شد و علاقمندان وی هم برای خرید کفش‌های ورزشی "مایکل جوردن" ساخت نایکی (Nike) هجوم آوردند. همزمان با این رویداد، بسیاری از هواداران "جوردن" بلافاصله شروع به جمع‌آوری چیزهایی کردند که به نحوی به این شخصیت محبوبشان مربوط می‌شد.

موفقیت "نایکی" در طراحی محصول است

در سال‌های اخیر، بحث در مورد شهرت جهانی "نایکی" بیشتر روی استراتژی یا روش‌هایی متمرکز است که شرکت مزبور در بازاریابی جهانی خود به کار برده است. در واقع، تصمیم شرکت "نایکی" درباره این که مایکل جوردن را به عنوان سخنگوی خود انتخاب کند، موجب بروز "دیوانگی مایکل جوردن" (MJ Craze) شده است. چنین بازاریابی هوشیارانه و موفقیت درس‌هایی را به دیگران می‌آموزد و می‌تواند برای سایر شرکت‌ها هم مفید باشد. با این همه، اگر برای لحظه‌ای چنین استراتژی‌هایی را کنار بگذاریم، خواهیم دید که دلیل این که "نایکی" بدین نحو مورد پسند همه مشتریان در سراسر جهان قرار گرفته، دو عامل دیگر نیز بوده

بانك تجارت

سرعت ، دقت ، صحت

بانك تجارت اولین بانك دارنده گواهینامه
بین المللی خدمات بانکی (ISO9002) در ایران

9000

ISIRI



روابط عمومی

بانك تجارت پیشرو در ارائه خدمات بانکی

خودپرداز بانک ملی ایران



170 1 1112 0653

ملی کارت

پیول نقد - همراه شما

می شعب بانک ملی ایران در
آماده افتتاح حساب ملی کارت
برای علاقه مندان میباشند.

خط مشی کیفی بانک رفاه بر اساس مدیریت کیفیت

2000



پژوهش‌های دانش‌بنیان
رتال جامع علوم انسانی

۱- ارتقاء کیفیت خدمات و سرعت عمل، و انالیز و توسعه منابع مدیریت منابع و کارکنان است.

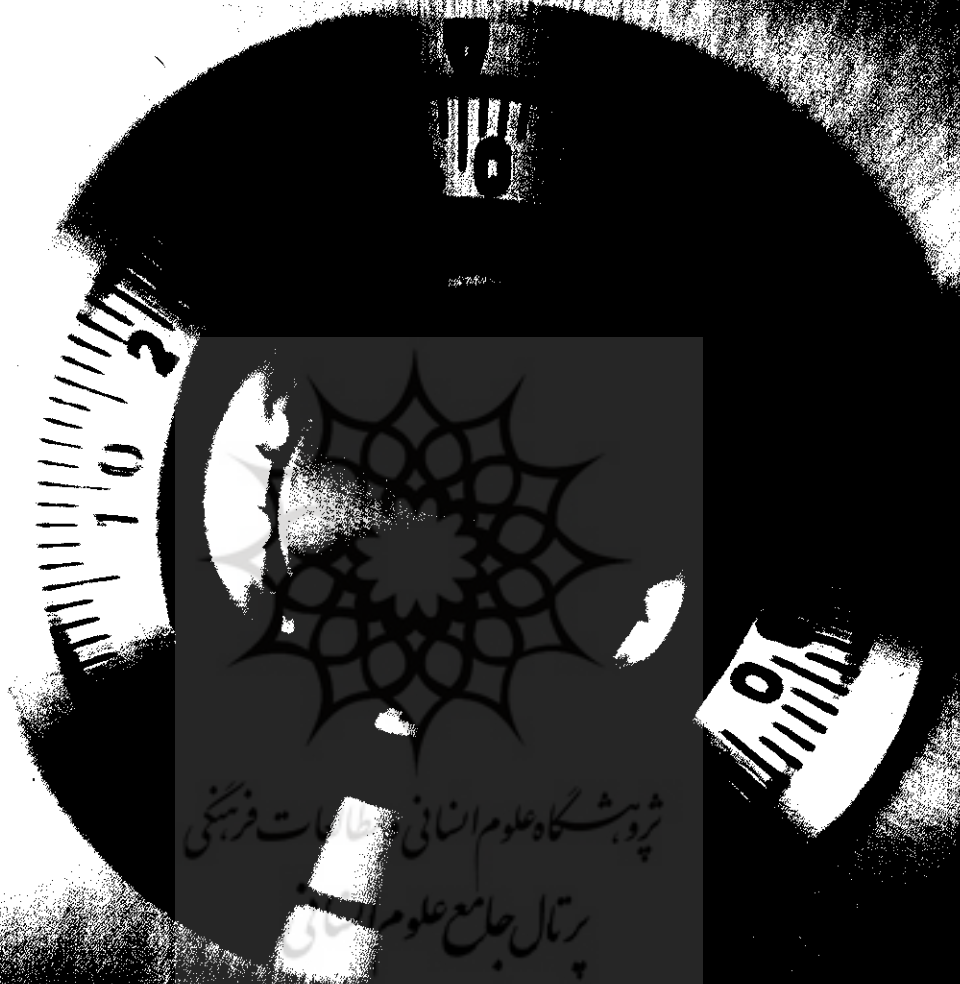
۲- ما به نیازها و خواسته های مشتریان بپردازیم و با ارائه خدمات با کیفیت برتر سعی در جلب رضایت آنها داریم.

۳- کارکنان با ارزش ترین منابع بانک هستند. ما با اجرای نظام های تشویقی و آموزشی مناسب، انگیزش و مهارت های رفتاری و شغلی آنها را ارتقاء می دهیم.

۴- کیفیت از دیدگاه ما امری فراگیر و متأثر از عملکرد کلیه واحدها است. لذا بازنگری فرآیند عملیات جهت بهبود مستمر کیفیت خدمات مورد تأکید است.

بانک رفاه بانک رفاه

روزتان مبارک



ما شما را در تعطیلات نوروزی تنها نمی گذاریم

موسسه مالی و اعتباری پشیا

بسنرو در ارائه خدمات مالی و اعتباری

تلفکس روابط عمومی: ۸۸۴۵۹۵۲