

# ایجاد برنامه خدمات مشتریان

این چک لیست نمایانگر مراحل ایجاد یک چارچوب سازمانی است که ارزش ارایه شده و همچنین به دست آمده از مشتریان را به حداکثر می‌رساند.

## ۱. تعریف

- خدمات موفق مشتریان به معنای آن است که مشتریان مجدداً بازگردند و خدمات و محصولات شرکت را به دیگران نیز معرفی کنند. خدمات مشتریان نه تنها درباره رفع انتظارات مشتریان بلکه درباره احترام به مشتریان از طریق کارکنانی سرشار از انرژی و ارزش آفرین است.

## ۲. مزایا

- به طرق زیر، یک برنامه جامع خدمات مشتریان بر کل سازمان اثر می‌گذارد:
- موفقیت روز افزون
- نیروی کار راضی و همواره در حال توسعه و پیشرفت

## ۳. چک لیست اقدام

### ۱. تعهد به مدیریت ارشد را تضمین کنید

اگر مدیریت ارشد به طور کامل نسبت به مفهوم خدمات مشتریان متعهد نباشد، شانس اندکی برای موفقیت وجود خواهد داشت. یک برنامه رسمی خدمات مشتریان با حضور مستمر رهبری سازمان، به تمرکز بر نقش‌ها و مسئولیت‌ها کمک می‌کند.

### ۲. مشتریان خود را بشناسید

عالی بودن در زمینه خدمات مشتریان، عمدتاً وابسته به این است که شما نیازها و توقعات مشتریان خود را بشناسید. نیازهای آنها یکسان نیستند و پیش‌بینی نیازهای مشتریان یک مزیت رقابتی بزرگ است.

باید به خاطر داشت که اکثر شرکت‌ها دارای مشتریان داخلی در دیگر واحدهای سازمانی هستند. در این خصوص طیفی از رویکردهای مختلف وجود دارند، مانند:

- بازخورد مستقیم از مشتریان و کارکنان
- بحث و گفتگوی مستقیم با مشتریان
- تجزیه و تحلیل شکایات، درخواست و تقدیر از مشتریان

### ۳. عناصر اصلی خدمات مشتریان را منتشر کنید

خدمات مشتریان چیزی فراتر از ارایه خدمات درجه یک است. این امر دربرگیرنده عناصر مختلفی است:

- شفافیت ویژگی‌های محصول، روش پرداخت و خدمات پس از فروش؛
- برقراری نخستین تماس که اهمیت زیادی دارد؛
- رویکردهای ساده‌الخذ سفارشات که متناسب با شرایط مشتریان باشند؛
- پردازش سریع سفارشات؛
- صدور فاکتور بدون هزینه‌های پنهانی؛
- ارایه کمک در زمان تحویل محصولات؛
- سهولت در تماس‌های بعد از فروش.

### ۴. سطوح مختلفی از خدمات را ارایه کنید

- قبل از این که کسی پاسخ دهد، تلفن دفتر شما چند مرتبه زنگ می‌خورد تا کسی پاسخ آن را بدهد؟
- مشتری مجبور است تا رسیدن به پاسخ مناسب با چند نفر صحبت کند؟
- پردازش یک سفارش چقدر طول می‌کشد؟
- پاسخگویی به یک شکایت چقدر طول می‌کشد؟

### ۵. کارکنان مناسب را استخدام کنید

خدمات شما باید توسط افرادی حرفه‌ای عرضه شوند تا هم بتوان مشتریان جدید را جذب کرد و هم مشتریان فعلی را حفظ نمود. تمرکز فرآیند استخدام بر خدمات مشتریان می‌تواند به معنای طرح سؤالاتی در مرحله مصاحبه باشد که موضوعات مختلفی را دربرمی‌گیرند

ملند:



برای درک نیازهای مشتریان، مقابله با مسایل آنها و همچنین تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها است. این پیش شرط موفقیت و اثربخشی در خدمات مشتریان است.

#### ۴. بایدها

- افراد خود را بر مبنای فعالیت‌های خدمات مشتریان گزینش و استخدام نمایید
- تمام کارکنان خود را در مباحث مربوط به خدمات مشتریان درگیر کنید
- مشوق‌هایی را برای مشتریان تعیین کنید تا به شما باز خورد بدهند
- بر اساس روندها و الگوهای موجود، تمامی شکایات را تجزیه و تحلیل کنید
- تقدیرها و همچنین شکایات مشتریان را ثبت کنید
- ارتباط تنگاتنگی با مشتریان داشته باشید
- اخبار خوب، پیشرفت‌ها و دستاوردها را علنی سازید

#### ۵. نبایدها

- از مشتریان داخلی خود غافل نشوید
- نگویند «تقصیری به گردن من نیست» یا «تمی دانم چه کسی به این موضوع می‌پردازد»

#### ۶. پرسش‌های مهم

- چه چیزی شما را به عنوان مشتری رنج می‌دهد؟ چه چیزی شما را خرسند می‌سازد؟
- چگونه می‌توانید سفارش دهی یا خرید را برای مشتریان تان آسان‌تر سازید؟
- چگونه می‌توانید اقدام به ایجاد روابطی مستقیم با مشتریان خود نمایید؟
- چگونه می‌توانید از مشتریان وفادار تقدیر کنید؟
- چگونه می‌توانید از رضایت یا ناراضی مشتریان خود آگاه شوید؟

#### ۵. برای اطلاعات بیشتر

کتاب:

- «توجه به مشتریان استراتژیک: یک رویکرد تکاملی در قبال افزایش ارزش و سودآوری مشتریان»، استانی براون، ۱۹۹۹
- «در ورای خدمات مشتریان»، ریچارد جرسون، ۱۹۹۸
- «توجه موفق به مشتریان»، جان ولمین، ۱۹۹۷
- «مهم‌ترین قیاس‌ها در مورد محصولات، توسط افراد حاضر در بازار انجام می‌شوند» رگیس مک‌کنا
- «اگر از دست خودتان راضی نباشید، چگونه می‌توانید مشتریان تان را راضی سازید» لیزا جورنون<sup>۵</sup>

- تجربه کار دوطرفه با مشتریان
- سطوح خدمات و انتظارات مشتریان
- اولویت‌بندی نیازهای مشتریان
- ایجاد انگیزه در کارکنان

#### ۶. ارتباطات مناسبی برقرار کنید

مادامی که یک پیام مناسب با روشی مناسب به اطلاع تمامی کارکنان نرسد، تعهد مدیریت ارشد به برنامه خدمات مشتریان هیچ سودی را در پی نخواهد داشت. اگر ارتباطات داخلی خوب نباشند، انتظار موفقیت در قبال ارتباطات بیرونی رانداشته باشید.

#### ۷. شکایت‌کنندگان را به مشتریان خود تبدیل کنید

موارد زیر را به عنوان راهکارهایی مهم مدنظر قرار دهید:

- با صبر و شکیبایی به سخنان افراد گوش کنید
- در مواقع لزوم عذرخواهی کنید
- راه‌حلی را برای مشکل مطرح شده بیابید
- فرد شاکی را از نتیجه کار مطلع نمایید
- تلاش کنید تا به سرعت مشکل مشتریان را حل کنید
- مرتباً شرایط را پیگیری کنید

#### ۸. از دستاوردهای خدماتی تقدیر کنید

خدمات عالی مشتریان را به فرهنگ سازمان خود تبدیل کنید و این کار را از طریق تقدیر و تشویق کارکنانی انجام دهید که توانسته‌اند در این راه به دستاوردهای چشمگیری دست یابند

#### ۹. ارتباط نزدیکی با مشتریان داشته باشید

داشتن ارتباط نزدیک با مشتریان یعنی:

- انجام تحقیقات مستمر برای یادگیری از مشتریان؛
- پرسیدن سؤالاتی درباره کیفیت و عملکرد محصولات در بازه‌های زمانی منظم پس از فروش؛
- توسعه رویکردهایی برای آگاهی به روز از نیازهای مشتریان؛
- گوش دادن.

#### ۱۰. افراد خود را آموزش دهید و به سمت پیشرفت مستمر گام بردارید

استخدام افراد مناسب تنها یک گام در برنامه خدمات مشتریان است. گام بعدی آموزش آنها

1. Stanley Brown 2. Richard Gerson 3. John Wellemin  
4. Regis McKenna 5. Lisa Joronon