

بررسی فرهنگ احترام نهادن به سلیقه خریدار

مشتری مداری و یک لبخند تلخ

وارد مغازه می شوی و به قصد خرید اجناسی که در قفسه ها بر روی هم قرار گرفته اند خیره می شوی، چند قلم جنس انتخاب می کنی و نگاهی به قفسه ها می اندازی و برای پرداخت بهای اجناس به سمت آقای مغازه دار می روی. قیمت را می پرسی و او بی آنکه نگاهت کند قیمت را می گوید. قیمت یکی دیگر را می پرسی و باز هم به همان روش قبلی پاسخ می شوی، مغازه دار همین که قیمت ها را می گوید به کارهای دیگر مشغول می شود و انگار نه انگار که تو برای خرید به مغازه او مراجعه کرده ای. برای آنکه او را متوجه حضور خود کنی، می پرسی فلان جنس را در مغازه دارد یا نه که او نیز با تاخیری اندک با تلخی هرچه تمام تر یک گوشه از مغازه را نشان می دهد که یعنی آنجاست. پاسخ سربالا با زبان اشاره. لجوج می شوی و دوست داری رودر روش بایستی و بگویی که آقای عزیز، من مشتری هستم و شما فروشنده، قرار است من مشتری از شما خرید کنم و در قبال خرید خود نیز پول پرداخت کنم و قصدم از آمدن به این مکان تفریح و وقت گذرانی نیست و قصد ایجاد مزاحمت نیز ندارم و... این ها به فکرت می رسد و هیچکدام را بر زبان نمی آوری و پول اجناس خرید

شده را پرداخت می کنی و از مغازه خارج می شوی، با پرسشی که مدام در ذهن ات تکرار می شود. اینکه چرا برخی از فروشندگان ابتدایی ترین اصول ارتباط با مشتری را نیاموخته اند و به جای احترام گذاشتن به مشتری، با چنان دشمنی دیرینه برخورد می کنند؟

شاید برای شما نیز اتفاق افتاده باشد که حین مراجعه به یک مغازه، حال برای خرید هر جنسی که بوده، با رفتاری بسیار بد از سوی فروشنده مواجه شده آید. حالت های بروز چنین رفتارهایی نیز متفاوت بوده است. به عنوان مثال در برخی موارد همین که شما برای خرید جنس مورد علاقه تان بیشتر از دو یا سه بار فروشنده را به پرسش گرفته آید و تغییر روش داده و باحالتی ناشی از این که شما خریدار نیستید به تلخی با مشتری خود سخن گفته است. در مواردی دیگر فروشنده عبوس نیاز به پرسش های شما نداشته و از همان ابتدای ورود تصویری از خود نشان داده که انگار مدتهاست با شما مشکل دارد و حاضر به دیدن تان نیست. شاید برای شما نیز اتفاق افتاده باشد که حین خرید همین که چند بار یک جنس را جا به جا کرده آید فروشنده یقه تان را گرفته و با تلخی پاسخ تان را داده است. حتماً شما نیز در چنین مواردی بارها و بارها در معرض این پرسش تکراری قرار گرفته آید که چرا برخی از فروشندگان راز برخورد درست با مشتری خویش را نمی دانند؟ راستی هیچ برای تان اتفاق افتاده که به مغازه ای یا فروشگاه می مراجعه کنید و از برخورد بسیار دوستانه فروشنده به وجد بیایید؟ در صورت برخورد با چنین مواردی حتماً در ذهن خود به جست و جوی پاسخ این پرسش پرداخته آید که راز موفقیت یک فروشنده و ناموفق بودن یکی دیگر را در مقایسه با هم به چه نکاتی می توان ارتباط داد؟

«افشین حیدری» کارشناس مدیریت در این باره می گوید: پرسش هایی از این دست برای بسیاری از ما پیش آمده و در نتیجه برخورد با فروشندگان متعدد در ذهنمان نقش بسته است. در همه این موارد نیز خوشرویی یک فروشنده و بدخلقی یکی دیگر را در کنار هم قرار داده ایم تا به دلایل این تفاوت پی ببریم. این که چرا برخی از فروشندگان با خوشرویی و برخورد مناسب و خویشن دارانه خود باعث ایجاد یک حس خوب در مشتری خویش شده به نحوی که آن مشتری باز هم برای خرید به آن فروشگاه و مغازه مراجعه می کند، اما برخی دیگر نیز در همان برخورد نخست آن چنان رفتاری از خود بروز می دهند که انسان با خود تصمیم می گیرد که دیگر در هیچ موردی به سراغ آن مغازه نرود. راستی راز مشتری مداری آن یکی و مشتری گریزی دیگری را باید در چه چیزی جست و جو کرد؟ چرا عده ای از فروشندگان ما با این ساده ترین اصل کار تجاری آشنایی نداشته و در همان اولین برخورد باعث گریز مشتری خویش می شوند؟

یک اصل ساده

برخی واژه ها در دوره های زمانی خاص چنان بر روی زبان می افتد که بعد از مدتی در اثر تکرار بیش از حد از سوی همگان از مسیر اصلی خود خارج شده به یک موضوع تکراری و ناخوشایند تبدیل می شوند. راز این توجه و سپس فراموشی را می توان به ارتباط میان سخن و عمل به آن سخن جست. اینکه ما در دوره ای خاص از یک موضوع به مثابه استراتژی آینده حرف بزیم و این استراتژی را در بینه عمل به فراموشی بسپاریم، چیزی جز بی اعتنایی به آن موضوع در همان آغاز کار نبوده و نیست. سخن گفتن از مشتری مداری آنجا که در کوچکترین جزء یک سیستم اقتصادی یعنی فروشگاه این موضوع چندان مورد توجه نباشد چیزی جز بی توجهی به مشتری نیست. چنین است که مشتری مداری به عنوان یک اصل ساده در بعد مدیریت بازرگانی و تجارتي در عمل به ضد خویش تبدیل شده و به واژه ای منسوخ و از مد افتاده مبدل می شود. هنگامی که پای چنین واژه هایی به میان کشیده می شود عده ای چنان از بعد کارشناسانه با آن برخورد می کنند که انگار بحث مشتری مداری موضوعی تنها در بعد کلان تجارت است و ربطی به بخش های پائین ندارد.

«حیدری» کارشناس مدیریت در این باره توضیح می دهد: «واژه ها در این مواقع چنان ثقیل و سنگین می شوند که هرگونه ارتباط خود با فهم مخاطب را از دست می دهند. مخاطبی که هر روز به عنوان مشتری به مراکز خرید مراجعه می کند و هیچ ارتباطی میان

دهنده احترامی است که آنان برای مشتری خود قائل شده اند. چنین رفتار ساده ای به هیچ عنوان رفتاری نازل نیست. برعکس، نشان دهنده بزرگواری صاحب رفتار است. این که یک فروشنده لباس درحین خرید مشتری بارها و بارها با صبر و حوصله تمام لباس های متنوع را در برابر دید مشتری خود می گذارد چیزی جز آشنایی فراوان او با شغل خود و میزان احترام او با مشتریان نیست. از نحوه گرفتن پول از دست مشتری گرفته تا هدایت و بدرقه او از فروشگاه حتی اگر خرید نکرده باشد همه و همه اصولی ساده و پراهمیت هستند که می بایست در چنین مشاغلی به آنها توجه کرد. نمایش این رفتارهای ساده درعین حال که نشان دهنده هوشمندی و درایت یک فروشنده و مدیر فروشگاه است، می تواند نشان دهنده ارزش و احترامی هم باشد که او برای مشتریان خود قائل است. ارزش و احترامی که همه ما موظف به در نظر گرفتن آن درحین برخورد با هموعان خویش هستیم. تنظیم رفتارهای روزمره با این قاعده کار دشواری نیست و به سادگی امکان پذیر است.



آن دستورات عملی پیچیده و نحوه برخورد با خود در چنین مراکز مشاهده نمی کند. در این مراکز است که اخلاق خوش به عنوان ساده ترین راه مشتری مداری از سوی برخی فروشندگان به فراموشی سپرده شده و به چشم نمی آید. چنین است که ناگاه با شنیدن واژه ای چون مشتری مداری، لبخندی تلخ بر لبان ما نقش می بندد. این درحالی است که هرگاه با فروشنده ای مواجه می شویم که با اخلاقی مناسب و صبری تحسین برانگیز با مشتریان خود برخورد می کند به وجد آمده و از او به عنوان یک فرد موفق و آگاه به راز و رمز فعالیت خود یاد می کنیم. این اخلاق خوب و مناسب درحین مواجهه با مشتری خود را درحالت های مختلف نشان می دهد. چه آنجا که شما کالای مورد نیاز خود را انتخاب کرده و قصد پرداخت پول آن را دارید، چه آنجا که هنوز دست به انتخاب نکرده و فروشنده با احترام با مشتری برخورد کرده و پاسخگوی پرسش های او می شود.»

برای بسیاری از ما اتفاق افتاده که به فروشگاه می مراجعه کرده و برای خرید، چند جنس و کالا را جابه جا کرده ایم. این اتفاقی ساده و طبیعی است. چه آنکه درحالت طبیعی هراسانی بر اساس سطح سلیقه خود دست به انتخاب می زند و هنگامی که یک کالا را با سطح سلیقه خود ناهماهنگ ببیند از خرید آن پرهیز می کند. چنین است که نحوه برخورد با مشتری در عمل به قرار گرفتن در معرض سلیقه های متنوعی تبدیل می شود که گاه از نظر فروشنده عجیب و گاه بسیار سطح پائین تلقی می شود. این سلیقه ها چه در سطح بالا قرار داشته و چه از سطح نازلی برخوردار باشد چیزی نیست که یک فروشنده به آن ایراد بگیرد و نحوه برخورد خود با مشتری را بر اساس آن تنظیم کند. به نحوی که در برخورد با یکی بسیار خوش اخلاق و صبور و در برخورد با یک مشتری دیگر تندخو و بداخلاق شود. این تفاوت در برخورد، از اشتباهی حکایت می کند که برخی فروشندگان به آن دچار می شوند و در نتیجه عمل بر اساس آن باعث گریز برخی مشتریان خود می شوند. این درحالی است که در روش های مدیریتی فعالیت های تجاری همواره بر رضایت مشتری تاکید شده و راه های ایجاد این رضایت نیز بارها و بارها مورد بررسی قرار گرفته است. با این حال از آنجا که در همه حرفه ها و پیشه ها معیارهای موفقیت، در سطوح مختلفی به نمایش گذاشته می شود، در فعالیت تجاری نیز این سطوح گوناگون به چشم می خورد. چنین است که در فروشگاه ها و مغازه ها به عنوان نقطه پایانی فعالیت تجاری ما با اشکال گوناگونی از رفتار از سوی فروشندگان مواجه می شویم. در این میان رفتار پسندیده به عنوان یک روش ساده برای ارتباط با مشتری از سوی عده ای اعمال می شود. اما آنجا که این روش ساده از سوی عده ای دیگر به فراموشی سپرده می شود، علت را باید در چه چیزی جست و جو کرد؟

مشتری مداری، احترام انسانی

احترام متقابل برای همدیگر یک اصل ساده انسانی است که می بایست در همه حال به آن پایبند بود. همه ما در هر رده ای که قرار داریم تلاش می کنیم که در هنگام برخورد با همدیگر به این اصل پایبند باشیم. در هر جایگاهی که هستیم و هر نقشی که بر عهده داریم سعی می کنیم بر اساس این مؤلفه رفتارهای خویش را تنظیم کنیم. این یک قاعده اساسی در زندگی اجتماعی ماست. چه آنگاه که از جایگاه یک پدر با فرزند خود در خانه صحبت می کنیم، چه آنجا که به عنوان یک همشهری با همشهری دیگرمان برخورد می کنیم. رعایت این اصل ساده در محیط های شغلی هم از اهمیت فراوانی برخوردار است. این محیط شغلی می تواند یک اداره یا یک مغازه باشد. می تواند یک تاکسی یا یک کارخانه هم باشد. در هر جایی که هستیم تغییری در سطح پایبندی به این اصل ایجاد نمی شود. اگر صاحب یک رستوران زنجیره ای و یا یک فروشگاه در مرحله هم باشید باز تغییری در احترام نهادن به مشتری ایجاد نمی شود. روش های نشان دادن این احترام در مشاغل گوناگون متنوع است. از نحوه پاسخ گفتن به سلام مشتری یک مغازه گرفته تا نحوه باز کردن پرونده های رجوع می توان موارد متعددی از روش های برخورد مناسب با مردم را مورد مشاهده قرار داد. در همپای موارد نشان دادن احترام به سادگی امکان پذیر است. این که حین ورود به یک رستوران، یکی از کارکنان به استقبال شما آمده و در را برایتان باز کند، پیش از آنکه نشان دهنده یک رفتار لوکس از سوی گردانندگان آن مجموعه باشد، نشان