

# مشتری مداری؛ چشم انداز رقابت در دنیای بانکداری

حمیدرضا رسولی

می توان به درک صحیح خدمات، بررسی شکایات و اشکالات وارده به سازمان و جذب رضایت مشتری اشاره کرد. انعطاف پذیری برای هرگونه تغییر در واقع نوعی تخصصی شدن فعالیت ها است که موجب بقای سازمان و رضایت مشتری می شود و پیشرفت سازمان ها در گرو همگام شدن نیازهای در حال تغییر مشتریان و موفقیت در جلب رضایت آنهاست.

در ایران موضوع مشتری محوری و پاسخگویی به آنها تا مرحله جلب رضایت از جمله موضوعاتی است که طی سالیان اخیر مطرح شده است. در حقیقت زمانی رضایت مردم و ارباب رجوع به دستگاه های اجرایی حاصل می آید که هر یک از آنها راه های رسیدن به هدف را هموار ساخته باشند. آنچه باعث موفقیت برخی سازمان ها در اجرای طرح های مشتری محوری شده است، در درجه نخست اعتقاد کامل به نقش و جایگاه مشتری و ارباب رجوع در بقاء و تداوم کاری سازمان است و درجه بعد ایجاد ساختار سازمانی بر مبنای مشتری مداری و مشتری محوری می باشد.

این موضوع تا اندازه ای از اهمیت برخوردار است که امروزه سازمان ها و شرکت ها در سطح مالی و بین المللی در بازار رقابت، دائماً در حال پژوهش در جهت ابداع روش های جدید و کارآمد به منظور جذب مشتریان جدید و جلب رضایت مشتریان قدیم می باشند

امروزه دنیای کسب و کار بر پایه مشتری مداری و رضایت مشتریان استوار گشته به گونه ای که گسترش خدمات و حتی ارایه آن بدون در نظر گرفتن این اصل نه تنها مشکل بلکه غیرممکن است. فعالان عرصه اقتصاد و کسانی که به ماندگاری جاودانه در این عرصه می اندیشند به خوبی می دانند که یکی از محورهای اساسی در دنیای تجارت اصل مشتری مداری است و درک این سخن که همیشه حق با مشتری است را سرلوحه برنامه های خویش می دانند زیرا حضور مشتری در یک واحد اقتصادی علاوه بر آنکه سود مالی به دنبال دارد، زمینه رقابت در عرصه بین المللی را فراهم می سازد.

احترام به ارباب رجوع و تکریم مشتری سال هاست که در دنیا رواج پیدا کرده است این امر جز زیربنایی ترین سیاست های موسسات و سازمان ها است که از آن با عناوین مختلفی چون "مشتری مداری" و "مشتری محوری" نام برده می شود.

یک سازمان دارای طبقه بندی های اداری، چارت های سازمانی، قسمت های مختلف، اهداف، خط مشی ها، دستورالعمل ها و بسیاری موارد دیگر است. مسلماً برای مشتریان بزرگی سازمان و قسمت های مختلف آن اهمیت ندارد، بلکه می خواهند کسی مشکلاتشان را حل کنند. از ویژگی های سازمان های مشتری مدار



البته در سازمان‌ها و ادارات دولتی که ماهیت کاری آنها، خدماتی است و روش‌های کسب رضایت ارباب رجوع و احترام به آنها تقریباً متفاوت است. زمانی که صحبت از تکریم ارباب رجوع به میان می‌آید، تنها احترام ظاهری و برخورد متناسب با ایشان مد نظر نیست بلکه منظور اصلی برخورد سازمان و نوع عملکرد آن به گونه‌ای است که ارباب رجوع به نحوی شایسته و محترمانه پاسخ خویش را دریافت نماید. در این راستا بانک توسعه صادرات ایران به عنوان یک بانک پیشرو در ارائه خدمات نوین بانکی با بهره‌گیری از دانش و تجربیات کارکنان و پیروی از سیاست‌های صحیح و روزآمد با اصلاح ساختار سازمانی خود گام موثری در جهت ایجاد کانون متمرکز برای گسترش فرهنگ مشتری‌مداری و ایجاد رضایت در مشتریان بانک فراهم آورده است، به طوری که با ایجاد اداره امور مشتریان و هماهنگی شعب در مدیریت امور شعب و خدمات مشتریان نوید برقراری ارتباط علمی و نوین را در جهت تعامل سازنده پاسخگویی موثر با مشتریان بانک می‌دهد.

رادر راستای توانمندی‌ها و اهداف سازمانی خود هدایت می‌کنند.

نگرشی که می‌تواند فلسفه، راهکار و یا شیوه‌ای باشد که بانک رادر ایجاد ارتباط بلندمدت و برقراری استراتژی برد- برد یاری کند و در این صورت بانک به عنوان یک سازمان یادگیرنده فرصت‌هایی را برای کسب اطلاعات مفید در خصوص شناخت مشتری، ایده‌ها، سلاقی و نیازهای وی فراهم می‌سازد.

در حقیقت فرهنگ مشتری‌مداری و خدمت‌رسانی به مشتریان یک جریان فراگیر است که همه عوامل محیطی در یک شعبه را شامل می‌شود تا نتیجه و هدف مورد نظر که کسب رضایت‌مندی و ایجاد ارزش برای جلب وفاداری و اعتماد مشتریان است حاصل شود.

هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی شعب و حتی کل بانک در فرآیند ارتباط با مشتری باید بر مبنای پاسخگویی صحیح و منطقی به خواسته‌های مشتریان و ارزش آفرینی تدوین شده، ضمن آگاه کردن کارکنان شعب به وظایف و عملکردشان، آنها را در پاسخگویی مناسب و کسب رضایت‌مندی مشتریان ترغیب نماید.

از مهمترین وظایف این اداره می‌توان به مدیریت ارتباط با مشتریان در قالب 'CRM، سنجش و ارزیابی رضایت مشتریان از انواع خدمات و تسهیلات بانک، گسترش فرهنگ تکریم مشتری‌مداری در شعب و ستاد بانک و رتبه‌بندی مشتریان برتر بر اساس شاخص‌های بانکی اشاره کرد.

همچنین راه‌اندازی مرکز ارتباط با مشتریان بانک در آینده از دیگر طرح‌های در دست اقدام بانک توسعه صادرات ایران است. در این مرکز که شاخه توسعه یافته سامانه موجود اطلاع‌رسانی و خدمات مشتریان این اداره می‌باشد با استفاده از ابزار و تکنولوژی نرم‌افزاری و برتر علوم ارتباطات اهداف استراتژیک و مهمی رادر خصوص گسترش ارتباطات و تعامل بانک با مشتریان دنبال می‌نماید.

این مرکز قادر خواهد بود که با استفاده از کانال‌های متعددی نظیر sms، web، موبایل، تلفن به طور شبانه‌روزی ارتباط دوطرفه با مشتریان بانک را برقرار سازد.

این اداره با این عقیده تشکیل شده که مدیریت روابط مشتریان دانش و هنری است که به وسیله آن سازمان‌ها به ویژه نیروهای صف و کارکنان خط مقدم با درایت و به کارگیری فنون ارتباط با مشتریان ضمن تامین رضایت‌مندی مشتریان نیازها و خواسته‌های آنان

## ◆ فرهنگ

**مشتری‌مداری و خدمت‌رسانی به مشتریان یک جریان فراگیر است که همه عوامل محیطی در یک شعبه را شامل می‌شود**