

برای ایجاد وفاداری در مشتری

خدمت به مشتری وظیفه تک تک کارمندان یک سازمان است. این خدمت با ایجاد روابط مثبت بین مشتری و کارمند در یک زمان حاصل می شود. ایجاد رابطه دیرپا با مشتریان موجود بسیار سودمندتر از تغییر پیاپی آنها است. جذب یک مشتری جدید هزینه اش ۵ برابر بیشتر از حفظ یک مشتری موجود است و رساندن یک مشتری جدید به همان سطح سوددهی هزینه اش ۶ برابر بیشتر است.

امروزه بیشتر شرکت ها وظیفه -محور اند تا رابطه -محور. یعنی کارمندان برحسب حجم تماس هایی که دارند پاداش می گیرند نه برحسب کیفیت تماس ها. مردم کسب و کار پیشه آنچنان روی کارهای خود - همه چیزهایی که لازم است روزانه انجام دهند - متمرکز می شوند که ایجاد رابطه با همان کسانی که کسب و کارشان را سرپا نگه می دارد فراموش می کنند.

مقاله پیش رو برگردان قسمتی دیگر از بخش اول کتاب «۱۰۱ راه برای ایجاد وفاداری در مشتریان» است که شامل رهنمودهای کوتاه برای خدمات و برخوردها با مشتریان و راهکارهای رفتاری در میان کارکنان است که در برخی از آنان می توان به نکات ظریفی پی برد.

کارمندان و همکاران

- ۰۵- هنگامی که به همکاری قول می دهید به آن عمل کنید!
- ۱۵- هر وقت که اداره، همکار دیگر یا حتی ضعف تجهیزات را مقصر در ضعف خدمات می دانید، اعتبار خودتان را نزد مشتری ضایع می کنید.
- ۲۵- امروز برای همکاران به صورت گمنام کاری از سر مهربانی انجام دهید.
- ۳۵- غیبت همکاران تان را با دید مثبت توضیح دهید. مشتریان لازم نیست بدانند آنها در دستشویی یا مرخصی هستند.
- ۴۵- فهرستی از کارهای بزرگی که برای مشتریان تان انجام می دهید تهیه کنید. فهرست تان طرز فکر مثبت را تقویت می کند و در زمان مرور کارها دم دست خواهند بود.
- ۵۵- همکاران و مشتریان تان نخستین مشتریان تان هستند. اگر وفاداری درونی نشود، انگیزه ای برای کارمندان نمی ماند تا به مشتریان بیرونی شان خدمات مسئولانه بدهند.
- ۶۵- همه بخشی از زنجیره خدمت به مشتری هستیم. اگر کسی حلقه ای را سست کند یا بشکند، کل زنجیر همراه با کیفیت خدمات از هم خواهد گسست.
- ۷۵- وفاداری باید قاعده ای بالا به پایین باشد. صاحبان تجارت، مدیران و مباحثان باید با نشان دادن فعالیت های ایجادکننده وفاداری در هر عکس العملی که به همکاران خود دارند پیش قدم باشند.
- ۸۵- پیگیر کار همکاران باشید و به آنها اجازه بدهید از نتیجه کاری که لازم است برای تکمیل نزد شما بفرستند مطلع شوند.

- ۹۵- از همکارانتان برای کار خوبی که انجام داده‌اند - جلوی دیگران - تعریف کنید.
- ۹۶- هنگامی که برای همکاران یک پیغام تلفنی را یادداشت می‌کنید، به مشتریان توضیح دهید که شخصی که می‌خواهند با او صحبت کنند در دسترس نیست. پرسید شما یا کس دیگری می‌تواند به آنها کمک کند.
- ۱۶- پیغام‌های کامل و روشنی برای همکاران تان بردارید به نحوی که بتوانند به هنگام پاسخگویی به تماس‌ها آمادگی ذهنی داشته باشند.
- ۲۶- اظهارات بذله‌گویانه یا طعنه آمیز که از دهانت می‌پرد می‌تواند احساسات همکار یا مشتری تان را جریحه‌دار کند. ارتباطات
- ۳۶- هرگز نمی‌توانید از مشتریان تان تشکر نکنید. "تشکر" را در هر تماسی، شفاهی یا کتبی، اظهار کنید.
- ۴۶- با دقت به چیزی که مشتریان تان می‌گویند گوش دهید، بدین نحو به طور روشن می‌توانید نیازها و احساسات‌شان را بفهمید.
- ۵۶- نمی‌توانید به طور فعال هم به مشتری گوش بدهید و هم کارهای دیگری بکنید. لازم است از کاری که انجام می‌دهید دست بکشید تا توجه کامل تان را به آنها مبذول دارید.
- ۶۶- عبارات "نمی‌توانم"، "نمی‌شود" و "نمی‌کنم" را از فرهنگ لغات تان خارج کنید. در عوض روی کارهایی که می‌توانید و می‌شود برای همکاران و مشتریان تان انجام دهید تمرکز کنید.
- ۷۶- "من متأسفم" دو کلمه است که می‌تواند حدود ۹۵٪ خشم بیشتر مردم را فرونشاند. اما باید صادقانه آنها را بر زبان آورد.
- ۸۶- وقتی مشتریان تان مضطرب و آشفته‌اند، بگذارید دق دلشان را خالی کنند. ایجاد وقفه آنان را عصبانی تر می‌کند.
- ۹۶- زمان ارزشمندترین کالای مشتریان تان است. با رفع موانع کاری، به جای ایجاد موانع جدید بر سر راهشان، به آنها کمک کنید در زمان صرفه‌جویی کنند.
- ۱۰۷- هنگامی که با مشتریان تان چهره‌به‌چهره هستید، به زبان بدن تان توجه کامل داشته باشید. زبان بدن پیام‌های قوی تری از کلمات می‌فرستد.
- ۱۷- چیزی که درباره کارتان به خانواده و دوستان تان در خارج از محل کار می‌گویید می‌تواند شدیداً بر وجهه سازمان تان اثر بگذارد.
- ۲۷- با هر مشتری به‌مانند یک دوست احوال‌پرسی کنید ... مانند کسی که از مصاحبت با او خوشحال می‌شوید.
- ۳۷- "صبح بخیر" بگویید مانند این که واقعاً یک صبح خیر و خوش است.
- ۴۷- وقتی یک تماس تلفنی را به دیگری انتقال می‌دهید، شماره تلفن کامل را "برای تماس بعدی" به مشتری بدهید.
- ۵۷- تماس چشمی با مشتریان و همکاران را حفظ کنید و وقتی با شما دارند صحبت می‌کنند حتی برای یک لحظه هم چشم از آنها برندارید.
- ۶۷- هر کاری بکنید تا از انتقال تماس‌های تلفنی مشتریان تان به دیگر جاها بپرهیزید تا مشتری این حس را نداشته باشد که سر دوانده می‌شود.
- ۷۷- وقتی لازم است یک تماس تلفنی مشتری را انتقال بدهید، با همکار دیگر تان تماس بگیرید و مشکل مشتری را توضیح دهید، تا لازم نباشد آن را تکرار کنند.

۸۷- حرف زدن شتاب‌آلود به مشتری می‌گوید که سر شما آنقدر شلوغ است که نمی‌توانید به آنها کمک کنید یا این که شما می‌خواهید با عجله از دست آنها خلاص شوید.

۹۷- با هر عکس‌العملی که نشان می‌دهید از خودتان بپرسید: «اگر من بودم، چه می‌خواستم؟» این کار بخوبی نتیجه مکالمه را تغییر می‌دهد.

۹۸- مردم سر تکان دادن پشت گوشی تلفن را نمی‌شنوند. با گفتن عباراتی نظیر «متوجه‌ام، مطمئناً و می‌فهمم مشتری را متوجه کنید که به حرف او گوش می‌دهید.