

مدیریت شکایت مشتریان در بانک‌ها

در شماره های گذشته با مفاهیم مدیریت شکایت مشتریان در صنعت بانکداری و نظام شکایت مشتریان در بانکهای ایران آشنا شدیم . در بخش پایانی این مقاله پیشنهاداتی برای بهبود فرآیند مدیریت شکایات مشتریان در نظام بانکی ارائه شده است :

گردآوری: اداره بازار یابی

تجزیه و تحلیل کلی اطلاعات گردآوری شده بیانگر آن است که برای کار آمد نمودن نظام رسیدگی به شکایت مشتریان در شبکه بانکی کشور راه طولانی را در پیش روی داریم .

بالا بودن میزان شکایت مشتریان از شبکه بانکی کشور موید این مطلب است که در ارائه خدمات به مشتریان می باید توجه و دقت بیشتری داشته باشیم و قبل از اینکه به بحث نظام رسیدگی به شکایات بپردازیم ، انجام صحیح کار در مرحله ارائه خدمت می باید مد نظر قرار گیرد.

مشتریانی که ارتباط بیشتری را با شبکه بانکی کشور دارند میزان شکایت آنها نیز بیشتر است. این امر بیانگر مشکلاتی است که در شبکه بانکی کشور در ارائه خدمت به مشتریان و حتی مشتریان ثابت و وفادار داریم. عدم طرح شکایت توسط گروه کثیری از مشتریان شاکی ضرورت اقدامات و اجراء برنامه های اطلاع رسانی و تشویقی جهت طرح شکایت را در شبکه بانکی کشور مورد تاکید قرار می دهد.

اگرچه کانالهای طرح شکایت در بانکهای کشور توسعه و گسترش یافته است، اما بیشترین کانال طرح شکایات در شبکه بانکی کشور، مراجعه حضوری در محل شعبه است. این کانال سریعترین و موثرترین راه به نظر می رسد که باید با توجه به گرایش بیشتر مشتریان به طرح شکایت از طریق این کانال، در جهت بهبود آن اقدامات لازم به عمل آید. ارتقاء سطح آگاهی و مهارت روسای شعب ، معاونین و کارکنان در خصوص نحوه برخورد و رفتار با مشتریان شاکی از یک طرف و استقرار نظام مناسب برای ثبت ، ضبط و نگهداری اطلاعات مربوط به مشتریان شاکی و نوع مشکلات آنها جهت بهره برداری های بیشتر و اصلاح سیستم باید مد نظر و توجه قرار گیرد.

به لحاظ مراجعه مشتریان به روسا و دیگر مسئولین شعب جهت طرح شکایات ، لازم است در خصوص تفویض اختیار جهت حل مشکلات مشتریان به این بخش اقدامات جدی تری را به عمل آوریم . بهترین سیستم رسیدگی به شکایت مشتریان این است که فوراً و در اولین مراجعه به شکایتهای مشتریان رسیدگی شود علاوه بر مسئولین شعب ، در حالت گسترش یافته این سیستم ، می توانیم تفویض اختیار کافی به کلیه کارکنانی که با مشتریان درگیر هستند داشته باشیم تا بتوانند از خلاقیتهای خود جهت رسیدگی به شکایات مشتریان بهره گیرند.

در عین حال با توجه به متنوع بودن کانالهای طرح شکایت ، به منظور راحتی و افزایش مواردی که به طرح مشکلات خود می پردازند، لازم است اطلاع رسانی کافی در مورد معرفی کانالهای طرح شکایت به عمل آید. این کانالها در حال حاضر برای تعداد زیادی از مردم ناشناخته هستند.

عدم رسیدگی به بخش زیادی از شکایات مشتریان بیانگر آن است که حساسیت کافی در جهت رفع نارضایتی مشتریان در شبکه بانکی و کارکنان آن وجود ندارد. ایجاد حساسیت لازم و تبیین جایگاه و نقش مشتریان در تداوم حیات و فعالیت هر بنگاه اقتصادی و از جمله شبکه بانکی کشور برای کارکنان و بهبود نظام مدیریت منابع انسانی در درون شبکه بانکی جهت ایجاد انگیزه بیشتر برای رسیدگی به مشکلات مشتریان توسط آنها ازجمله مسائل مهمی هستند که در این بخش باید مد نظر قرار گیرد. نباید فراموش کرد که کارکنان ناراضی نمی توانند پاسخگوی خوبی برای مشتریان شاکی باشند.

تکرار مشکل در مراجعات بعدی در مورد تعداد نسبتاً زیاد مشتریان و بی تفاوتی در خصوص رسیدگی به شکایات موید این مطلب است که نظام رسیدگی به شکایات بصورت مشتریان

کارآمد در شبکه بانکی کشور عمل نمی کند چرا که در یک سیستم کار آمد از شکایات مشتریان و اطلاعاتی که آنها منتقل می کنند به عنوان یک فرصت استفاده می شود و در جهت رفع نارسائیه و مشکلات از این اطلاعات بهره گرفته می شود. این در حالی است که براساس بررسی های صورت گرفته حساسیت و توجه خاصی به اطلاعات برگرفته از شکایات مشتریان نشده است.

جبران مشکلات به نحو مقتضی نیز از دیگر مواردی است که می تواند جبران نارضایتی مشتریان قابل توجه و اهمیت باشد . در این خصوص برای بخش عمده ای از مشتریان اقدام خاصی صورت نگرفته است. در جهت جبران مشکل بیشترین اقدام صورت گرفته عذر خواهی شفاهی بوده است که طبیعتاً این امر نمی تواند کافی باشد. گرایش به راه کارهای موثر و عملی جهت جبران نارضایتی و پاسخگویی به شکایت قطعاً باید مدنظر قرار گیرد. در این ارتباط اغلب مشتریان خواهان این هستند که کار آنها به انجام رسد و با سرعت بخشیدن به کار زمان از دست رفته احتمالی جبران شود. عذرخواهی شفاهی ، کتبی و حتی پرداخت مبلغی جهت جبران مشکل می تواند به عنوان راه حل های مکمل مورد توجه قرار گیرد.

امروزه ضمانت های خدماتی از جمله ابزارهای قدرتمندی جهت ترقی و کسب کیفیت خدمات محسوب می شوند که می توان در شبکه بانکی نیز به تدریج آن را متداول نمود، این ضمانتها بانکها را مجبور می سازند تا در جهت خواسته ها و انتظارات مشتریان گام بردارند، استانداردهای روشنی را به وجود می آورند و هم به مشتریان و هم به کارمندان می گویند سازمان چه تعهداتی را می پذیرد.

در عین حال پرداختها جهت جبران خسارت به مشتریان به خاطر خدمات ضعیف باعث می گردد مدیران ضمانت ها را جدی بگیرند چرا که توجه آنها را به هزینه های مالی ناشی از نواقص کیفیت جلب می نمایند . بدین ترتیب می توان علل عدم موفقیت در تامین رضایت مشتریان را فهمید و در جهت رفع مشکلات اقدامات اساسی تری را به عمل آورد.

علل عدم طرح شکایت توسط مشتریان متنوع و متعدد می باشد. باور به عدم رسیدگی به شکایت، و عدم بهبود سیستم با طرح شکایت ، وقت گیر بودن طرح شکایت و ندانستن راه طرح شکایت همگی از مواردی است که باید در جهت اصلاح آنها اقدامات اساسی صورت گیرد. تغییر نگرشها و ایجاد باورهای جدید نیازمند تدوین برنامه های اجرایی موثر و اثر بخش است که در یک مقطع زمانی کوتاه قطعاً به نتیجه نمی رسد و تدوین برنامه های بلند مدت را در این بخش می طلبد.

اصلی ترین عامل جهت طرح شکایت توسط آن دسته از مشتریانی که شاکی بوده و به طرح شکایت خود نپرداخته اند ایجاد اطمینان و باور رسیدگی به شکایت و مطمئن بودن از جبران مشکل بوده است. به عبارت دیگر مردم خواهان آن هستند که در ابتدا مطمئن شوند که به شکایت آنها رسیدگی می شود و در مرحله بعد خسارات احتمالی جبران گردد. علاوه بر ایجاد این اطمینان ، سازوکارهای جبران خسارات احتمالی را نیز باید تدوین نمود.