

## چک لیست بهینه سازی خدمات ارائه شده

چک لیست ذیل به شما کمک خواهد کرد تا نقاط ضعف و قوت خود را شناخته و خدمات ارائه شده به مشتریان توسط شرکت را بهبود بخشید. در حقیقت هزینه مشتری جدید ۵ برابر بیشتر از مشتری دائم می باشد، بنابراین سعی کنید که مشتریان دائمی خود را حفظ نمایید.

### سیاست های کاری شرکت خود را بررسی نماید.

- ❑ تا زمانی که سیاست کاری شرکت، شما را ملزم نکرده است در امور خصوصی مشتریان دخالت ننماید. کارمندان خود را آموزش دهید تا امور مشتریان برای آنها در اولویت قرار گیرد و کارمندی که امور مشتریان را در راس کارهای خود قرار نمی دهند می توانند با تصمیمات نامناسب، عدم پاسخ گویی مناسب و به جا و عدم ارائه خدمات به مشتریان موفقیت شرکت را به خطر بیندازند.
- ❑ اگر در سیاست کاری شما امور مشتریان در راس کارها نمی باشد، با یک برنامه بلند مدت سعی کنید تا آن را تغییر دهید.
- ❑ به یاد داشته باشید که هر بخش از شرکت شما دارای مشتری می باشد و کارمندی که بصورت مستقیم با مشتریان در ارتباط می باشند، بدون حمایت سایر کارمندان شرکت قادر نیستند تا خدمات مناسبی را ارائه دهند. برای تشویق چنین همکاری داخلی، بایستی هیئت بصورت ۲ هفته یکبار به خدمات ارائه شده توسط کارمندان نظارت داشته باشد.
- ❑ توجه به امور مشتریان بایستی در تمامی سطوح شرکت مورد توجه قرار گیرد. چند وقت یکبار تصمیم گیران امور شرکت بصورت مستقیم با مشتریان در ارتباط باشند.

### شناخت مشتریان شرکت

- ❑ مشتریان شما، بازده کاری شما محسوب می گردند که ممکن است بصورت داخلی (مانند عملکرد کارمندان بعنوان مشتری شرکت) و یا بصورت خارجی (کارمندان سایر ارگانها و مؤسسات) باشند.
- ❑ در شناخت مشتریان، بین خریداران و استفاده کنندگان تفاوت قائل شوید. بهتر است اطلاعات خود را جمع آوری نمایید تا بتوانید مشتریان خود را گروه بندی نمایید.

### گروه بندی مشتریان

عوامل متعددی در رفتار مشتریان تاثیر می گذارد، بعنوان مثال در صورتیکه خریداران شما افراد عادی می باشند:

- جنسیت: به ویژه زمانی که خریداران و مصرف کنندگان تنها عوامل تصمیم گیرنده نمی باشند.
- سن: افراد در سنین مختلف محصولات مختلفی را خریداری می نمایند.
- وضعیت تاهل: بویژه با سایر عوامل مانند فرزند و درآمد مصرف شده رابطه دارد.
- مالکیت مسکن: که نشان دهنده نیازها و مسئولیت های مربوط به شیوه خرید می باشد.
- مکان: مناطق شهری با مناطق روستایی تفاوت دارند و فرهنگ های مناطق مختلف متفاوت می باشد.
- شیوه زندگی: مشتریان مختلف دارای فعالیتهای، نظرها و علایق متفاوتی هستند.

در صورتیکه خریداران شما شرکت های تجاری می باشند، عوامل زیر باید مورد توجه قرار گیرد.

- درآمد
- تعداد کارمندان
- صنعت
- تعداد تجربه کاری (به سال)
- میزان اعتبار شرکت

این عوامل زمانیکه با یکدیگر ترکیب شوند، مؤثرتر می گردند، به عنوان مثال، سن، مالکیت خانه، تعداد فرزندان تحت تکلف، نشان دهنده درآمد مصرفی افراد می باشد.

تصمیم بگیرید که چگونه بایستی به خصوصیات اولیه مشتریان دسترسی داشته باشید. امکان مصاحبه با تک تک مشتریان وجود ندارد با این حال می توانید از موارد زیر استفاده نمایید.

- انجام تحقیقات
- پرسشنامه
- بحث های گروهی
- بررسی مشتریان
- بررسی رفتاری

از سیاست های کاری شرکت خود و یا سایر شرکتهای تجاری و یا عضویت در گروههای مصرف کننده به منظور حفظ مشتری در مورد محصول جدید استفاده نمایید.

### ارزیابی نظرات و رفتار مشتریان

در شرکتی که تصور غلطی از نیازهای مشتریانش وجود دارد اغلب موارد زیر بوجود می آید:

- فرضیه های نادرست و بی پایه و اساس در مورد نظرات مشتریان دارد.
- تصمیماتش بر اساس شواهد ضعیف می باشد.
- با شکایتهای غیر معمول مواجه می شود.

اگر شرکت شما علاقه ای به نظرات مشتریان ندارد، در صورت دادن آنها شرکت دچار بی تعادلی خواهد شد. و در صورتیکه دلیل از دست دادن آنها را ندانید نمی توانید تصمیم مناسبی بگیرید. علاوه بر اطلاعات حقیقی در مورد مشتریان خود، موارد ذیل را در نظر داشته باشید.

- دلیل خرید مشتری و استفاده وی از محصولات شما چیست؟
- نحوه استفاده آنها چگونه است؟
- نظر آنها در مورد محصولات شما چیست؟
- چرا از محصولات شما استفاده می نمایند؟
- نظر آنها در مورد استفاده از محصولات و خدمات پس از فروش چیست؟

تعیین کمیت نظرات و رفتار مشتریان بسیار سخت می باشد و عوامل بسیاری در استفاده از محصولات یک شرکت تاثیر می گذارند. مشتریان علاوه بر کیفیت محصولات با عوامل دیگری چون، احساسات، خدمات، سلیقه و غیره تاثیر می پذیرند. درک چنین عواملی نیازمند تحقیق جامع می باشد، و در صورتی که خود دارای محقق خبره ای نیستند می توانید از یک شرکت خارجی درخواست همکاری نمایید.

اطمینان حاصل نمایید که کارمندان تراز اول که با مشتریان ارتباط مستقیم دارند را در لیست خود ذکر نموده اید و شرایطی را برای ایجاد اطلاعات گزارش شده تعیین نمایید. می توانید از طریق مصاحبه با مشتریان، نظرات آنها را در مورد خدمات ارائه شده، جویا شوید و نیز می توانید از مواردی چون

منشور مشتریان، تعهد نامه ها، استانداردهای عملکردی و نیز بازپرداخت خسارت در صورت عدم رضایت استفاده نمایید.

## عملی کردن یافته ها

اطلاعات بدست آمده از تحقیق را بررسی و تفسیر نموده و آن را به سایر موارد بسط دهید و با استفاده از اطلاعات بدست آمده، مراحل مورد نیاز برای حفظ مشتریان را بهبود دهید. تمامی کارمندان را در این مرحله دخالت دهید و آنها را ملزم نمایید تا امور مشتریان را در رأس تمامی امور قرار دهند.

به نیازهای مشتریان خود توجه نمایید. تحقیقاتی را ایجاد نمایید که در آن به نیازهای مشتریان توجه شده و مکانیزه ی برای پاسخ ایجاد نموده یا بصورت متناوب بازارهای فروش خود را بازبینی نمایید.

### با استفاده از اینترنت خدمات ارائه شده به مشتریان را بهبود بخشید.

مشتریان به صورت فرآیندی، از اینترنت به منظور انتخاب محصول و خرید و سفارش محصول استفاده می نمایند. اینترنت باعث نزدیکی بیشتر مشتریان با شرکت می شود.

### به درخواستهای مشتریان خود پاسخ دهید.

به درخواست های مشتریان خود ارزش دهید. این بدان معنی است که امکانات خود را برای ارائه خدمات به مشتریان بهبود دهید.

پاسخ به نیازهای مشتریان بایستی بصورت متداوم باشد و در صورت هرگونه درخواست اعتراض و یا پیشنهادی از سوی مشتریان به آنها پاسخ دهید.

مواردی که بایستی استفاده نمایید:

- مشتریان را برای بیان علایق و انتقادهای خود ترغیب نمایید.
- اطمینان حاصل نمایید که سیاستهای کاری شرکت به نفع مشتری می باشد.
- خدمات ارائه شده به مشتریان را با سایر فعالیتهای تجاری ترکیب نمایید، چنین فعالیتهایی بایستی بین سازمانی باشد.

مواردی که نباید مورد استفاده قرار گیرد:

- بدون انجام تحقیق، هیچ فرضیه ای در مورد افراد ارائه ندهید.
- به اطلاعات بدست آمده از نمونه کم اعتماد نکنید.
- شتاب زده عمل نکنید.