

# مشتری مداری



تجزیه و تحلیل

مشارکت شناسایی



بازخورد

موفقیت

برنامه ریزی



خدمات

اهداف



مذاکره

روابط

معیارها



# فهرست مندرجات

۵ مقدمه

## درک مشتری



۶ چرا مشتری در اولویت است؟

۸ تمرکز بر بهترین مشتریان

۱۰ درک مشتری نهایی

۱۲ کشف خواسته‌های مشتری

۱۶ درک گروه‌های مختلف مشتری

۲۰ درک فرایند خرید

## بازنگری رویکرد

۲۲ تعیین اهداف مشتری‌مدار

۲۶ بهبود فرایندهای کسب و کار

۳۰ حمایت از مشتری

بروس، اندی  
مشتری‌مداری / نویسندگان اندی بروس، کن لانگدن؛ مترجمان محمد منتظری، محمدرضا جباری -  
تهران: نشر سارگل، ۱۳۸۳  
۷۲ ص.  
ISBN 964-5890-28-4  
فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.  
عنوان اصلی: Putting Customers First  
۱. مشتری‌شناسی - مدیریت، الف. لانگدن، کن Langdon, ken ب. منتظری، محمد، ۱۳۴۸ -  
مترجم ج. جباری، محمدرضا، ۱۳۴۹ -  
مترجم د. عنوان.  
۶۵۸/۸۱۲ HF۵۴۱۵ ۵/ ب ۴ م ۵  
۱۳۸۳  
کتابخانه ملی ایران ۸۳۰-۴۵۹ م

نام کتاب: مشتری‌مداری

نویسنده: اندی بروس، کن لانگدن

مترجمان: دکتر محمدرضا جباری،

محمد منتظری

ویراستار: سمیه شریعتی راد

ناشر: انتشارات سارگل

صفحه آرای: سارگل

نوبت چاپ: سوم

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

سال انتشار: ۱۳۸۸

شابک: ۹۶۴-۵۸۹۰-۲۸-۴

قیمت: ۳۰۰۰۰ ریال

انتشارات سارگل

میدان فاطمی، خیابان یکم، پلاک ۱۲، طبقه پنجم

تلفن: ۸۸۹۵۴۰۴۱ فکس: ۸۸۹۵۰۴۷۵

www.sargolpub.com

مرکز پخش: ۳ - ۸۸۹۷۴۷۸۱

۴۸ نقش تجارت الکترونیک در کسب موفقیت

۵۰ برقراری ارتباط شفاف

۵۲ رسیدگی به شکایات

## بهبود عملکرد

۵۶ کسب منافع پایدار

۵۸ ایجاد پایگاهی از مشتریان وفادار

۶۲ یادگیری و نوآوری

۶۴ پیش به سوی مشتریان جدید

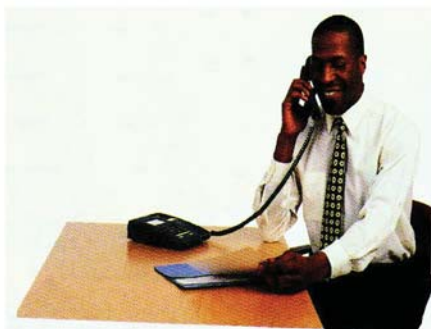
۶۶ مهارت‌های خود را ارزیابی کنید

۳۲ توسعه محصولات و خدمات

۳۴ استفاده از اطلاعات مشتری

۳۶ بهره‌گیری از بهترین شیوه‌های عملی

۳۸ اتخاذ تصمیمات مشتری‌مدار



## جلب رضایت

۴۰ ترویج یک نگرش مشتری‌مدار

۴۲ گسترش یک فرهنگ مشتری‌مدار

۴۴ مشارکت

۴۶ اثربخشی در اعمال تغییرات



# گسترش یک فرهنگ مشتری مدار

**۶۷** از مشتریان به دلیل این که از شما خرید کرده‌اند تشکر کنید تا آنها احساس ارزشمندی کنند.

به عنوان مدیر و الگو تلاش کنید یک فرهنگ مشتری مدار را در تمامی سطوح سازمان حاکم کنید، برای رشد این فرهنگ اقدامات لازم را انجام دهید، و توجه کنید که فعالیت‌های گروه شما در جهت رضایت مندی و ایجاد انگیزه در مشتریان باشد تا آنها همچنان مشتری شما باقی بمانند.

## ایجاد یک محیط عاری از اشتباه

اطمینان حاصل کنید کارهایی که شما و اعضای گروه برای مشتریان انجام می‌دهید همواره بی‌نقص‌ترین اقدامات باشند. اگر یکی از افراد دچار اشتباه شد، باید سریعاً با مشتری تماس بگیرید و در مورد این اشتباه توضیح دهید. منتظر ماندن برای دریافت یک شکایت یا امید به این که مشتری متوجه اشتباه نخواهد شد، نشانه ضعف خدمات رسانی است. برای جلوگیری از اتلاف وقت، از عجله و شتاب بپرهیزید. بیندیشید که به عنوان یک مشتری دوست داشتید چگونه با شما رفتار شود. فراموش نکنید در صورت ارائه خدمات درجه یک به مشتری، آنها به شما و محصولاتی که تولید می‌کنید اعتماد خواهند کرد.

**۶۸** از مشتریان ناراضی بخواهید دلایل نارضایتی و چگونگی رفع آنها را به شما بگویند. از طریق برطرف کردن این نارضایتی‌ها می‌توانید امیدوار باشید که آنها مجدداً برای انجام معامله به شما مراجعه می‌کنند.

**۶۹** به مشتریان کمک کنید تا با نحوه خدمات رسانی شما آشنا شوند.



## محور قرار دادن مشتری

### بازنگری کارها

لیستی از تمامی کارهایی که توسط گروه انجام شده است تهیه کنید

ببینید کدام یک از آنها بر مشتریان تأثیر گذاشته است

از فعالیت‌های بدون تأثیر و غیر ضروری صرف نظر کنید

در صورت اثربخش بودن این فعالیت‌ها، میزان انتفاع مشتریان را ارزیابی کنید

اگر فعالیت‌ها هیچ گونه منفعتی نداشته‌اند، آنها را تغییر دهید و به فعالیت‌هایی تبدیل کنید که برای مشتری منفععی به همراه داشته باشند

برای این که مطمئن شوید اعضای گروه به بهترین شکل در جهت رضایت مندی مشتریان کار می‌کنند، آنها را گرد هم آورید و کلیه کارهایشان را بازنگری، و عواقب و مزایای هر یک را برای مشتریان ارزیابی کنید. این زمان فرصت مناسبی است که نسبت به اصلاح و تغییر فعالیت‌هایی که منافع محسوسی برای مشتریان نداشته‌اند اقدام کنید. به عنوان مثال، ممکن است شما به طور مرتب برای مشتریان خود خبرنامه ارسال کنید، اما فراموش نکنید تا زمانی که این خبرنامه حاوی اطلاعات مفیدی برای آنها نباشد این حرکت شما بی‌هوده و غیر ضروری است.

### بایدها و نبایدها

- قبل از این که سوالات مشتریان تبدیل به شکایت شوند، نسبت به پاسخ دهی سریع اقدام کنید.
- نگرانی‌های مشتریان را مهم و جدی تلقی کنید؛ این نگرانی‌ها برای خود آنها مهم هستند.
- نباید شرایطی را به وجود آورید که مشتری برای گرفتن پاسخ سؤال خود بین افراد پاس داده شود.
- نیازی به دادن اطلاعات بیش از اندازه به مشتری نیست.

## ایجاد احساس خوب در مشتری

از خود پرسید مشتریان پس از معامله با شما چه احساسی خواهند داشت. آیا می‌توانید مطمئن باشید که آنها با یک ذهنیت مثبت شما را ترک می‌کنند؟ تصور کنید که به عنوان راهنما در بخش تکنولوژی اطلاعات مشغول به کار هستید. یک مشتری با شما تماس می‌گیرد و مشکلی را مطرح کند که شما هفته پیش با آن دست به گریبان بوده‌اید و توانسته‌اید رفع کنید. پاسخ شما به این فرد چیست؟ یکی از نکات بسیار مهم آن است که گروه با احساس همدردی کامل به مشتری پاسخ بدهد تا وی به دلیل تماس‌های مکرر خود احساس بدی نداشته باشد. این بار نیز تا می‌توانید به حل مشکل مشتری کمک کنید. سپس با کمال ادب و احترام به وی توضیح دهید در صورتی که وضعیت مشابهی در آینده پیش آمد، وی چگونه می‌تواند شخصاً نسبت به رفع مشکل اقدام کند.



### ▲ پاسخ گو بودن

زمانی که مشتری به شما تلفن می‌کند دقت کنید که چه تأثیری بر روی او می‌گذارد. اطمینان حاصل کنید که تن گفتار و لحن صحبت کردن شما به گونه‌ای باشد که نشان دهد نگران مشتری و ارائه بهترین خدمات به وی هستید.

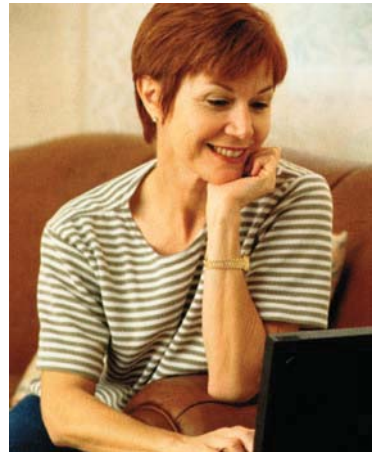
# نقش تجارت الکترونیک در کسب موفقیت

**۷۶** از یک متخصص بخواهید تا وبسایت شما را از لحاظ سادگی و سرعت در کاربری ارزیابی کند.

استفاده از اینترنت می تواند به شما کمک کند تا به مشتریان خود نزدیک تر شوید و نسبت به رقبای خدمات بهتری ارائه کنید. از مشتری مدار بودن سیستم های خود اطمینان حاصل کنید و توجه خود را به ایجاد روابط بلندمدت از طریق شبکه معطوف کنید.

## بهبود کارایی

از تکنولوژی اینترنت استفاده کنید تا به مشتریان راحت ترین، ارزان ترین، و اثربخش ترین خدمات ممکن را ارائه دهید. اطمینان حاصل کنید که مشتریان می توانند به صورت On-line محصولات/خدمات مورد نیاز خود را سفارش دهند. سپس امکاناتی فراهم کنید تا آنها بتوانند پیشرفت کار را از ابتدا تا مرحله تحویل ردیابی کنند. برای آزمایش سیستم خود، به عنوان یک مشتری به سایت وصل شوید و خرید کنید. خود را به جای یک مشتری جدید بگذارید و فرمها را نگاه کنید: آیا درک این فرمها ساده و پرکردن آنها راحت است؟ کلید مشکلاتی که با آنها برخورد می کنید را به طور مفصل یادداشت کنید تا بتوانید برای بهبود سیستم خود دست به کار شوید.



## ▲ دسترسی به مشتری

وبسایت هایی که خدمات پشتیبانی نظیر بحث های گروهی، آدرس های پستی، و امکان تماس نوشتاری با کارمندان بخش خدمات و پشتیبانی را ارائه می کنند مشتریان را ترغیب می کنند تا دوباره به آنها مراجعه کنند.

## بایدها و نبایدها

- توان و امکاناتی که تکنولوژی می تواند در اختیار شما بگذارد را شناسایی کنید.
- از خود بپرسید: « در این بخش از تکنولوژی چه چیزی وجود دارد که سازمان من بتواند از آن استفاده کند؟».
- تکنولوژی را جایی به کار بگیرید که از تأثیر آن بر مشتری اطمینان دارید.
- راهکارها را صرفاً به این دلیل که وجود دارند نپذیرید.
- اگر یک راهکار برای مشتری منافی به همراه ندارد، از آن استفاده نکنید.
- از بررسی این که تکنولوژی کجا و چگونه می تواند موجب افزایش رضایت مندی مشتری شود غافل نشوید.

## ۷۷

مشکلاتی که هنگام جستجو در سایت خود با آنها مواجه می شوید را یادداشت کنید.

## آشنایی با تکنولوژی جدید



مدیر مزایای نرم افزار جدید را توضیح می دهد

برای آشنایی با تکنولوژی جدید از یک الگو و برنامه تغییر تدریجی استفاده کنید. سرعت معرفی تکنولوژی نباید به گونه ای باشد که گروه و مشتریان شما فرصت بررسی آن را نداشته باشند. به دلایل احتمالی مشتریان در تغییر نحوه انجام کار با خود توجه کنید، در طراحی سیستم دغدغه های آنها را مد نظر قرار دهید، و در استفاده بهینه از تکنولوژی جدید به آنها کمک کنید. گاهی اوقات اعضای گروه از برخورد با تکنولوژی جدید به این دلیل که ممکن است تهدیدی برای شغل آنها باشد واهمه دارند. مطمئن شوید که آموزش های لازم را برای گروه فراهم کرده اید. سرعت کار خود را طوری تنظیم کنید که مورد قبول مشتریان واقع شود. بهتر است برای اجرای تغییر دو مسیر مشخص کنید تا مانعی بر سر راه افرادی که می خواهند با سرعت تمام تکنولوژی جدید را مورد استفاده قرار دهند نباشد.

### ▲ تغییر تدریجی

در صورت لزوم، با ارائه خدمات پشتیبانی به مشتریان آنها را در عبور از مرحله گذار یاری دهید تا با تکنولوژی جدید احساس راحتی کنند. به افراد اجازه دهید تا زمانی که سیستم جدید رضایت و اطمینان آنها را جلب نکرده است با روش قدیمی کار کنند.

برای بسط و توسعه روابط با مشتری، خلاقیت خود را در استفاده از اینترنت به کار ببندید.

۷۸

## برقراری ارتباطات مجازی از طریق شبکه

روز به روز بر تعداد سازمان هایی که فعالیت های خود را بر روی شبکه گسترش می دهند افزوده می شود. بنابراین، نکته مهم در موفقیت شما این است که دست به اقداماتی بزنید تا در این رقابت پیشی بگیرید. توجه داشته باشید که وفاداری مخاطبان اینترنتی بسیار اندک است، زیرا مشتریان می توانند با یک اشاره ماوس به سراغ رقبای شما بروند. نحوه استفاده مشتریان از سایت خود را شناسایی کنید تا بتوانید راه هایی برای بهبود آن بیابید. برای سهولت برقراری ارتباط با مشتری از اینترنت استفاده کنید و با فراهم کردن امکان ارسال آسان نظرات از طریق پست الکترونیک، آنها را به ارائه بازخورد تشویق کنید. طوری طرح ریزی کنید که وب سایت شما مشتری مدارتر شود. شاید بهتر باشد برای دیدن سایت خود دو مسیر ارائه کنید: یکی برای مشتریان جدید و دیگری برای مشتریانی که به طور مکرر سفارش می دهند. در نظر گرفتن هدایایی برای خریدهای عمده یا تخفیفاتی برای مشتریانی که به صورت on-line خرید می کنند و یا معرفی سایر محصولات مرتبط نیز ممکن است مؤثر باشد.

### کارهایی که باید انجام دهید

۱. با شرکت در یک دوره آموزشی، مهارت های خود در زمینه شبکه را بهبود بخشید.
۲. برای بهره برداری بیشتر از اینترنت به طور مرتب از آن استفاده کنید.
۳. روش هایی که دیگران در استفاده از اینترنت به کار می برند را شناسایی کنید.