



چگونه یک شرکت مشتری مدار درست کنیم؟

بسیاری از صاحب‌نظران دانش مدیریت، عصر حاضر را «عصر مشتری مداری» نام نهاده‌اند. توجه به مشتری، دیگر یک موضوع تشریفاتی نیست؛ بلکه در فرایند کسب‌وکار از آن به‌عنوان مزیت رقابتی یاد می‌شود.

برای ایجاد یک شرکت مشتری مدار در حد و اندازه‌های جهانی چهار گام اصلی ضروری است:

گام اول: هدف درستی انتخاب کنید

یک شرکت مشتری محور که اهداف درستی انتخاب کرده باشد:

۱. تامین‌کننده نمونه بوده و از مشتری‌هایش حمایت می‌کند

تغییرات جهانی به سمت و سوی بوده‌اند که امروزه این خریدار است که در جایگاه هدایت کسب‌وکار قرار گرفته است. امروزه، دیگر لازم نیست کسی را متقاعد کنیم که

مشتری حرف اول را می‌زند. همه‌جا رقابت به چشم می‌خورد. همه، این موضوع را دریافته‌اند که بدون وفاداری و تعهد مشتری‌ها، شرکتشان به هیچ کجا راه نخواهد یافت. شرکت‌ها پس از کشف این قانون جدید، انگیزه لازم را برای ایجاد تغییرات پیدا کرده‌اند.

اگر شما از مشتری‌هایتان حمایت نکرده و به آن‌ها اهمیت ندهید، کس دیگری این کار را خواهد کرد.

همچنین هواداران توسط شرکت‌هایی ایجاد می‌شوند که خدماتشان بسیار فراتر از خدمات رقبا و حتی انتظارات مشتری‌ها باشد. این شرکت‌ها به‌طور معمول و متداول اقدامات غیرمنتظره‌ای را انجام می‌دهند و سپس از رشد ایجادشده توسط مشتری‌هایی که درعین حال به نیروی فروش آن‌ها نیز تبدیل شده‌اند، بهره‌مند می‌شوند.

۲. کارفرما نمونه بوده و محیطی انگیزه آفرین برای افرادش ایجاد می‌کند

امروزه اگر به مدیران بگویید مهم‌ترین منابعی که در اختیار دارند منابع انسانی است، اغلب با این گفته موافقت می‌کنند. بعضی‌ها معتقدند بدون وجود کارمندان متعهد و توانمند، هیچ‌گاه خدمات مناسبی ارائه نخواهد شد. نمی‌توان با کارمندان بد رفتاری کرد و از آن‌ها انتظار داشت که با مشتری‌ها رفتار مناسبی داشته باشند.

بنابراین سازمان‌ها بر اساس سرعت پاسخ‌گویی به نیازها و مشکلات مشتری‌ها ارزیابی می‌شوند و باید محیطی انگیزه آفرین برای افراد ایجاد کنید و همچنین ساختار سازمانی به قدری انعطاف‌پذیر باشد که به آن‌ها اجازه دهد بهترین کارمندی باشند که می‌توانند.

۳. سرمایه‌گذار نمونه بوده

اگر سودتان تابعی از درآمد منهای هزینه‌ها باشد، می‌توان سود را یا از طریق کاهش هزینه‌ها و یا از طریق افزایش درآمدها، افزایش داد.

اگر افرادتان را مطلع نگه دارید و به آنها اجازه دهید مغزشان را به کار بگیرند، از نحوه کمک آنها در مدیریت هزینه‌ها شگفت‌زده خواهید شد.

در مورد درآمدها اگر افرادی متعهد و توانمند داشته باشید که بتوانند هوادارانی را برایتان ایجاد کنند، درآمدهایتان حتما افزایش خواهد داشت.

۴. یک چشم‌انداز باصلابت و موردتوافق دارد

هنگامی که رهبران شرکت‌های مشتری محور توانستند ایجاد سودهای سه‌گانه را به‌عنوان هدف خودشان قرار دهند؛ یعنی بخواهند به تامین‌کننده نمونه، کارفرمای نمونه و سرمایه‌گذار نمونه تبدیل شوند، آمادگی دارند تا انرژی همه افراد را روی یک چشم‌انداز سازمانی روشن، متمرکز کنند.

گام دوم: با مشتری‌هایتان درست رفتار کنید

دومین گام در ایجاد یک شرکت مشتری محور این است که با مشتری‌هایتان درست رفتار کنید. با وجود آنکه به نظر می‌رسد همه این مطلب را می‌دانند؛ اما تعداد کمی از سازمان‌ها می‌توانند هوادارانی برای خودشان ایجاد کنند. هواداران، مشتری‌هایی هستند که دوست دارند به آن شرکت بنازند و درباره آن با دیگران سخن بگویند.

اگر دوست دارید هوادارانی ایجاد کنید، نباید فقط آن را اعلام کنید؛ بلکه برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنید و آن را عینیت بخشید. دوست دارید هنگامی که مشتری‌ها با هر بخش از سازمانتان تعامل برقرار می‌کنند، چه برداشتی داشته باشند؟

گام سوم: با افرادتان درست برخورد کنید

سومین گام در ایجاد یک شرکت به شکل درست، به افراد مربوط می‌شود. همه می‌دانند که افراد، مهم‌ترین منبع شرکت هستند؛ اما اکثر سازمان‌ها افراد متعصب - یعنی کسانی که از کار کردن در آن سازمان احساس غرور می‌کنند- را در اختیار ندارند.

گام چهارم: درست رهبری کنید

چهارمین گام در ایجاد یک شرکت مشتری محور به شکل صحیح، به وجود آوردن روش صحیح رهبری در سازمان است.

رهبری دارا دو جنبه است: ۱. تعیین چشم‌انداز ۲. جهت حرکت و اجرا

اگرچه چشم‌انداز و جهت حرکت سازمان توسط رهبران ارشد تعیین می‌شود؛ اما هر کس که در داخل سازمان در جایگاهی باشد که بتواند بر دیگران تاثیر بگذارد، می‌تواند یک رهبر باشد.

همچنین دو نوع رهبر وجود دارد. رهبران خودمحور که به خودشان خدمت می‌کنند و رهبران خادم یا تغییرپذیر که به دیگران خدمت می‌کنند. رهبران خادم مسئولیت ایجاد یک چشم‌انداز جذاب و قوی را به عهده می‌گیرند، سپس هرم را معکوس کرده افراد را تشویق و حمایت می‌کنند.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «شیفته مشتری!»

نویسنده: کن بلانچارد

ناشر: موسسه خدمات فرهنگی رسا

ترجمه: علی‌محمد گودرزی، امیر توفیقی

[message_box/]