مدیریت شکایات مشتری

اشکان بروج-CRMدر گردشگری

©Ashkan Borouj
©TourismAcademy

مدیریت شکایات مشتری

برای ارائه شکایت، تکمه قرمز را فشار دهید.

مدیریت شکایات مشتری

Ashkan Borouj @Tourism Academy

مدیریت شکایات مشتری

مدیریت شکایات مشتریان

۱) آشکار نمودن شکایات

۲) مثبت دیدن شکایات و تبدیل آنها به فرصتها

۳) حل و فصل شکایات

٤) بهبود یافتن در اثر شکایات

٥) ایجاد یک نظام شکایات

@Ashkan_Borouj
@TourismAcademy

۱۲ مرحله مدیریت موثر شکایات

The 12 Step Clock

مدیریت اعتراضات مشتریان

Asghar Borouj
@TourismAcademy

انواع اعتراضات مشتریان

- ۱-اعتراضات پایه: خدمات عرضه شده با نیازهای ضروری مراجعین هماهنگ نیست و می‌تواند از ادامه فعالیت جلوگیری کند.

- ۲-اعتراضات ثانویه: اعتراضاتی که دارای دو خصوصیت زیر می‌باشند:
  - مراجعین در مورد جنبه‌های خاصی از فعالیت مؤسسه نگران هستند.
  - اگر بدرستی مدیریت نشوند ذاتاً نمی‌توانند از انجام فعالیت‌ها جلوگیری کنند (مثال: کوچک بودن فضای مؤسسه و کلاس- رنگ نامناسب محیط- استفاده از بسته بندی نامناسب- نامناسب بودن زمان ارائه خدمات)

Mehdi Borouj @TourismAcademy

انواع اعتراضات مشتریان

- **۳-اعتراضات گمراه کننده:** اعتراضاتی که **واقعی نیستند** و در واقع به دو دلیل اعتراض گمراه‌کننده مطرح می‌شود:
  - عدم صداقت ارباب رجوع
  - کمبود صداقت، اعتماد یا احترام بین ارباب رجوع و کارکنان

- **٤-اعتراضات برای درخواست اطلاعات بیشتر:** این اعتراضات از آنجایی ناشی می‌شود که ارباب رجوع علاقه و احساسات خود را به سازمان نشان می‌دهد و به دنبال کسب اطلاعات بیشتر است و در صورتی که روابط دوستانه بین ارباب رجوع و کارمندان برقرار باشد، دارای بار مثبت فراوانی است.

Ashkan Borouj @TourismAcademy

انواع اعتراضات مشتریان

- **۵-اعتراضات احساساتی:** این اعتراضات عموماً با احساسات و عواطف ارباب رجوع سروکار دارد و بیشتر برای غلبه بر ترس، یأس و ناامیدی و پرهیز از ریسک و خطر مطرح می‌گردد.

  - افراد معترض با تغییرات مشکل دارند و می‌ترسند.

@TourismAcademy

راهکارها و تکنیک‌های
غلبه بر
اعتراضات مشتریان

@Tourism_Borouj Ashkan Academy

راهکارها و تکنیک‌های غلبه بر اعتراضات مشتریان

۱- رد کردن اعتراضات:

وقتی که بدانیم مشتری اشتباه می‌کند و یا اطلاعات نادرست به داده شده، اعتراض را رد می‌کنیم؛ اما چون هیچکس دوست ندارد که به او نشان داده شود که اشتباه می‌کند، ابتدا احساس مثبت خود را به او نشان می‌دهیم، سپس جزئیات کار را باهم مرور می‌کنیم و در نهایت به او اثبات می‌کنیم که اعتراضش نادرست است.

۲- فروختن مزایا:

اگر پاسخ مناسبی وجود ندارد، برای اعتراض مطرح شده باید تأکید بر مزایا و محاسن خدمات عرضه شده داشته باشیم و کم‌کم اعتراض را کمرنگ کنیم.

@TourismAcademy

راهکارها و تکنیک‌های غلبه بر اعتراضات مشتریان

۳- قرار دادن اعتراض در برابر چشمان مشتری:

به مشتری فرصت بدهیم که به جای ما فکر کرده و راه حل ارائه نماید.

٤- مقابله با اعتراضات:

تغییر و تعدیل در کاری که به آن اعتراض شده است.

٥-نادیده گرفتن اعتراضات:

با استفاده از ابزار و لوازم، راه‌هایی را که می‌تواند باعث خشم و عصبانیت مشتریان گردد را مسدود کنیم.

@TourismAcademy

راهکارها و تکنیک‌های غلبه بر اعتراضات مشتریان

- ٦-بهره‌گیری از احساسات و هیجانات:

Body Language (سرعت و ریتم صدا، هیجان و تغییر حالت چهره)

- ٧-قرار دادن اعتراض به عنوان بخشی از فرایند کار:

در این روش اعتراض را به عنوان یک مانع، تصدیق کرده و بپذیریم، اما به مشتری نشان دهیم که برای داشتن مزایای مورد علاقه‌اش وجود مانع اجتناب ناپذیر است. در این صورت مشتری اعتراض را به عنوان یک عامل تأثیرگذار می‌پذیرد.

- ٨- عقیم گذاشتن اعتراضات در مراحل ابتدایی:

اعتراض شبیه علف هرز است، اگر به آن دقت نشود سخت‌تر می‌گردد. پس باید در مراحل اولیه آن را با تکنیک‌های خاص عقیم کرد.

@Tourism_Academy Ashkan Borouj

توصیه ها وهشدارها
برای تبدیل خریداران عادی وناراضی به مشتریان همیشگی وراضی

۱- ارزشها،اولویتها وتقاضای پنهان مشتریان را بشناسید وپاسخ دهید.

۲- علاوه بر لبخند(SMILE) برای نظام مدیریت مشتری، (SYSTEM) سرمایه گذاری کنید.

۳- کمتر قول دهید،بیشتر پاسخ دهید.

@TourismAcademy Ashkan Borouj

توصیه ها وهشدارها
برای تبدیل خریداران عادی وناراضی به مشتریان همیشگی وراضی

۴- مشکل شناس و مشکل گشا و راهنما و مشاور مشتری باشید و خدمات فراگیر را تعریف و تمرین کنید .

۵- اختیارات لازم برای رسیدگی به مشتریان را به همه کارکنان تفویض کنید.

۶- همواره از شکایت، مرجوع شدن محصول، انتقاد و ایده ها و پیشنهادها، به عنوان فرصت یادگیری و از لحظات برخورد با واقعیت‌ها، جهت به‌پویی، تقویت وضعیت، افزایش توانمندیها و قوه رقابتی خود استفاده کنید.

@Tourism Academy Askan Borouj

توصیه ها وهشدارها
برای تبدیل خریداران عادی وناراضی به مشتریان همیشگی وراضی

۷- به شاخص رضایت مشتریان و اقدامات پیگیرانه و پیشگیرانه، جهت بهبود دستاوردها توجه ویژه داشته باشید.

۸- مفهوم مدیریت، ویژگی‌ها، وظایف و سبکهای آن را مرور کرده و **مدیریت ارتباط فراگیر** را باور کرده و دنبال کنید.

TOTAL RELATIONSHIP MANAGEMENT

@Ashkan Borouj @TourismAcademy

توصیه ها وهشدارها
برای تبدیل خریداران عادی وناراضی به مشتریان همیشگی وراضی

۹- عوامل موفقیت و شکست محصولات ،بنگاه ها و انسانها را با حوصله مطالعه کرده و نکات آموزنده آنها را یادداشت کنید و خود را مورد ارزیابی قرار دهید.

۱۰- از نظریه های یادگیری و فراموشی برای موفقیت های بیشتر استفاده کنید.

@Tourism1Academy Asilian Borouj

الزامات برخورد مناسب با نارضایتی و ناراضی ها (8As)

ACTIVE LISTENING	گوش دادن فعال
APOLOGISE & EMPATHIES	پوزش و همدلی
ASK & QUESTION	پرسش
ADVISE	پیشنهاد
ACCEPTANCE	پذیرش
ACTION	اقدام
APPRECIATION	قدردانی وسپاسگذاری
AFTER CARE	مراقبت پیگیر

Ashkan Borouj @TourismAcademy

شاکی و ساکت

شناسایی مشتریان

- استفاده از نظام پایش وسنجش رضایت مشتری
- شناسائی مشتریان ناراضی
- شناسائی مشتریان ناراضی خاموش وساکت

Ashkan Borouj
@TourismAcademy

شناسایی مشتریان ساکت و خاموش

- مشخص کردن گروه مشتری ساکت
  - ✓مشتری کلیدی
  - ✓مشتری در حال رشد
  - ✓مشتری آینده دار

Mashkan Borouj
@TourismAcademy

علل سکوت مشتری

۱- ویژگیها وروحیات فردی

۲- خاطره وتجربه تلخ از شکایات گذشته

۳- ترس ونگرانی های واقعی وکاذب

۴- نداشتن گزینه های دیگر

۵- توصیه دیگران به سکوت

Ashkan Borouj
@TourismAcademy

علل سکوت مشتری

۶- محافظه کاری وملاحظه کاری بی مورد

۷- عوامل فرهنگی / اجتماعی

۸- موفقیت شغلی

۹- هدر دادن وقت وپول

۱۰- تصور نادرست

Mahdi Borouj
@TouristAcademy

آثارنارضایتی(شاکی و ساکت)

- تبلیغات دهان به دهان منفی ومخرب
- بازدارندگی مشتریان بالقوه وجدید
- عدم توصیه به دیگران
- گسترش تقاضای منفی

Ashkan Borouj
@TourismAcademy

آثار نارضایتی(شاکی و ساکت)

- رنجش و دلسری مشتریان
- ادامه فعالیت با بی علاقگی و از روی ناچاری
- کاهش تدریجی یا ناگهانی خرید و همکاری
- گرایش برای جایگزینی و رفتن به سوی دیگران

Ashkan Borouj
@TourismAcademy

آثار نارضایتی(شاکی و ساکت)

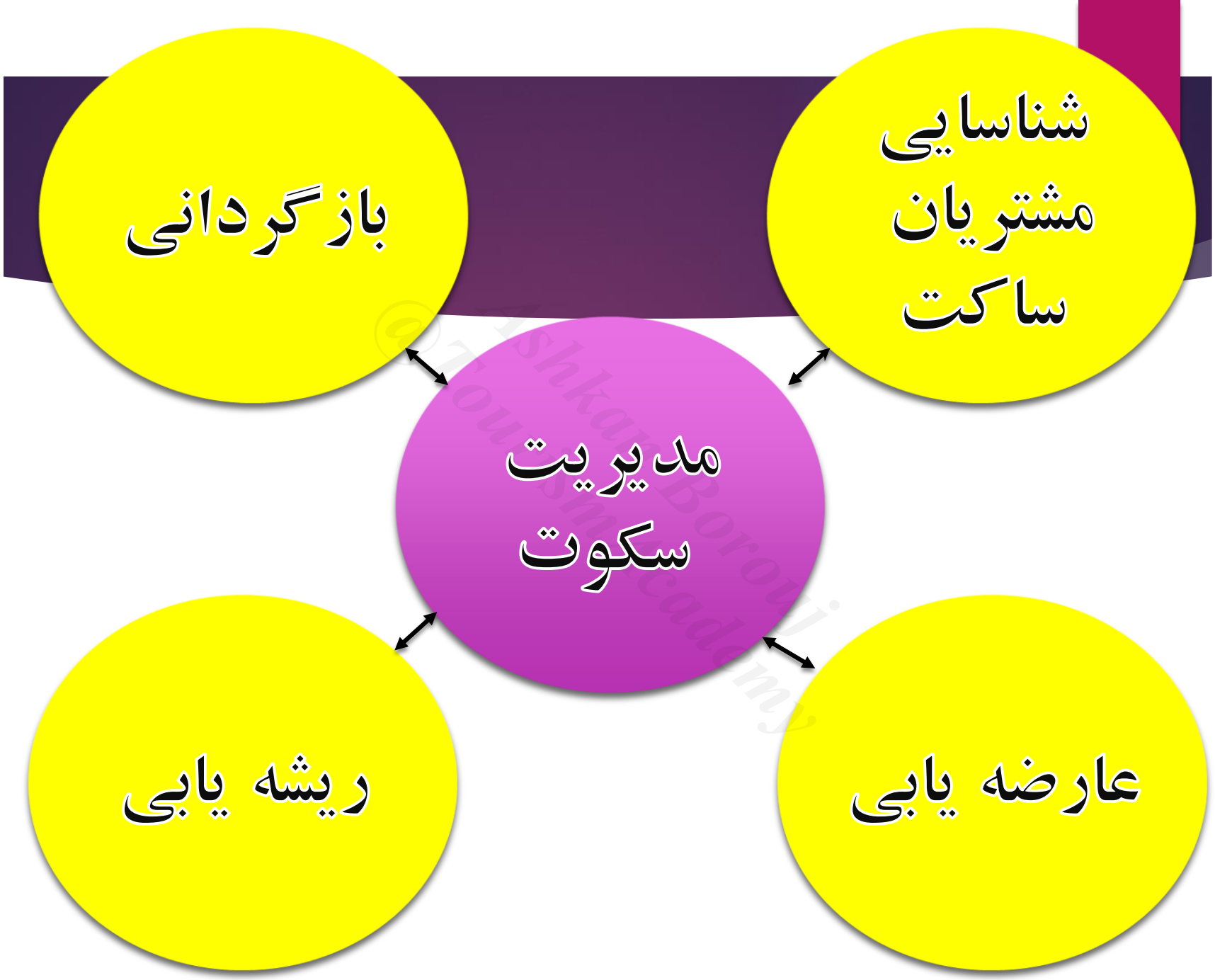
- سرزنش ،نکوهش و شکایت از شرکت با دیگران
- ایجاد وجهه منفی و بدنامی برای بنگاه
- از دست دادن ارزش عمر مشتری
- محروم کردن شرکت یا بنگاه از مشتریان مشتری

Aslan Borouj
@TourismAcademy

ارتباط سریع ودرست با مشتری ساکت (LOCATE)

LISTENING	گوش دادن
OBSERVE	بررسی و مشاهده
COMBINING	ربط وپیوند اطلاعات
ASKING	پرسش
TALKING	گفتگو
EMPATHIZING	همدلی

Ashkan Borouj @TourismAcademy


شناسایی مشتریان ساکت
بازگردانی
مدیریت سکوت
ریشه یابی
عارضه یابی

ده فرمان
مدیریت سکوت مشتری

Tourism Borouj
Tourism Academy

ده فرمان
مدیریت سکوت مشتری

۱- خودسازی و خودباوری را جدی بگیرید و مراقب آفت های مدیریت خود باشید.

۲- به رضایت مشتریان وعدم رضایت آنها حساس باشید وآنهارا بشناسید.

@TourismAcademy Ashkan Borouj

ده فرمان
مدیریت سکوت مشتری

۳- به همان اندازه که به مدیریت شکایت مشتریان توجه می کنید، به مدیریت سکوت مشتریان توجه کنید.

٤- مدیریت بازارداری (مشتری مداری) را به عنوان کم هزینه ترین رکن بازاریابی نوین و ارزشمندترین وظیفه بشناسید واجرا کنید.

@TourismAcademy Ashkan Borouj

ده فرمان
مدیریت سکوت مشتری

۵- فرهنگ مشتری مداری و بازارگرایی همگانی را تقویت و ترویج کنید.

٦-خدمات را از آغاز درست انجام دهید.

DOING RIGHT THE FIRST TIME

Ashkan Borouj
@TourismAcademy

ده فرمان
مدیریت سکوت مشتری

۷- به عوامل انسانی و رفتاری و اخلاقی توجه ویژه داشته باشید. (بازاریابی ارتباطات انسانی)

۸- تحول گرائی وتنوع طلبی مشتریان را پاسخگوباشید.

@TourismAcademyAshkanBorouj

ده فرمان
مدیریت سکوت مشتری

۹- ازالگوها وشیوه های خلاقانه ،هوشمندانه، نوآورانه وساده برای مدیریت سکوت مشتری استفاده کنید.

۱۰-حرفه ای باشید وحرفه ای عمل کنید وحرفه ای بمانید.

@Ashkan_Borouj
@TourismAcademy

آنچه مشتری از فروشنده یا پاسخگو انتظار دارد

- احترام
- عرضه کالا با کیفیت برتر
- خدمات بیشتر و به موقع
- سرعت بالا، همخوان و متناسب با نیازهای خود
- قیمت مناسب تر
- بسته بندی مناسب
- تحویل به موقع
- تضمین کارآمد
- گارانتی معنی دار با حمایت کامل

بنابراین مراکز فروش علاوه بر چشم داشت سودآوری باید به خواسته ها و نیازهای مشتری توجه کنند.

@Tourism Academy Ashkan Borouj

آنچه مشتری از فروشنده یا پاسخگو انتظار دارد

- دانش محصول داشته باشد و با بازار روز آشنا باشد
- اطلاعات کافی به مشتری ارائه کند
- در ایجاد و حفظ رابطه بلند مدت کوشا باشد
- به علائق مشتری احترام گذارده و اولویت بندی نماید
- صادقانه و بدون ریا به مشتری ابراز علاقه نماید
- با مشتری صادق بوده و پایبند به اصول باشد

Ashkan Borouj
@TourismAcademy

آنچه مشتری از فروشنده یا پاسخگو انتظار دارد

- کارائی داشته و با سرعت و توجه عمل نماید
- فرصت اتکا و اطمینان را به خریدار بدهد
- قیمت محصول را عادلانه و روشن و بدون ابهام ارائه نماید
- در خطوط تولید محصول و هزینه ها تغییرات ناگهانی ایجاد نشود
- فروشنده اختلاف را به صورت محترمانه، مسالمت آمیز و حرفه ای حل نماید
- خدمات پس از فروش مسئولانه ارائه گردد
- گارانتی های معنی دار و واقعی به وی ارائه گردد

@Tourism1academy Ashkan Borouj

تعالی سازمانی

سازمان متعالی سازمانی است که مسئولیت اجتماعی داشته ودر قبال جامعه به وظایف خود عمل می کند.

سازمانهای موفق دو مشخصه برجسته دارند:

۱- موفقیت در برخورد با مشتری

۲- موفقیت درحفظ کارکنان

@TourismAcademy