



فکر مشتری را بشکنید

۵ گام مهم برای بازگرداندن مشتری از دست رفته

حمید حاجتی



گروه تحقیقاتی رها (دپارتمان بازاریابی و تبلیغات)
www.rahalearning.ir

قهر مشتری را بشکنید

قهر مشتری را بشکنید

مشتریان همان جایی می مانند که عشق دریافت می کنند

مشتری کیست؟

به زبان ساده: کسی که خریدار کالا و خدمات ماست

اهمیت و جایگاه مشتری؟



اگر بخواهیم چارت بندی بکنیم مشتری در صدر این تقسیم بندی قرار خواهد گرفت، یعنی بالاتر از جایگاه مدیرعامل، مشتری رئیس ما به حساب می آید پس نیاز به اهمیت و جایگاه بالا دارد

از مشتریان ناراضی ۹۶٪ مستقیم به سراغ رقبای ما خواهند رفت و فقط ۴٪ باقیمانده شکایت را ابراز می نمایند. طبق تحقیقات و بررسی های انجام شده توسط بنیاد تحقیقاتی Bain&Company در شرکت های بزرگ آمریکایی، این شرکت ها طی پنج سال نیمی از مشتریان ثابتشان را از دست می دهند و مدیران این شرکت ها نیز علت ترک مشتریان و نارضایتی آنان را نمی دانند. چراکه مشتری گلایه ای به آن ها نکرده است.

به یاد داشته باشیم گاهی سکوت مشتریان، بدترین تنبیه و هوشمندانه ترین واکنش آن ها است، نباید اجازه دهیم نارضایتی در مشتری باعث قهر مشتری از شرکت ما گردد به عنوان مثال ریچارد برن سون صاحب برند ویر جین و شرکت بزرگ هواپیمایی ویر جین به محض بروز اختلال و یا تأخیر در برنامه پروازها، به جای بهانه تراشی شخصاً در کنار گیت های ورودی حاضر می شود و با گشاده رویی از مسافران عذرخواهی نموده و تلاش می کند تا حد امکان این نوع مسائل را مدیریت کند.

قهر مشتری را بشکنید

چرا می‌گوییم باید قهر مشتری‌های خود را بشکنیم

- ۱- هزینه یافتن مشتری جدید با توجه به نوع صنعت بنگاه ۵ تا ۳۰ برابر حفظ مشتریان فعلی است
 - ۲- زبانی که یک مشتری ناخشنود به مجموعه وارد می‌کند برابر با فرار حداقل ۱۰۰ مشتری است و کاهش درآمد را در پی خواهد داشت
 - ۳- تبلیغات دهان‌به‌دهان منفی که هر مشتری ناراضی می‌تواند حداقل ۲۰ مشتری را فراری دهد
- فراموش نکنیم هزینه‌های جاری شرکت هرچه بالاتر باشد بر حقوق و مزایای ما تأثیر مستقیم و منفی می‌گذرد.



روش برخورد با ۴٪ مشتری ناخشنود

۴٪ چه کسانی هستند

این گروه مشتریانی هستند که شکایت خود را ابراز نمودند غالباً با عصبانیت به ما مراجعه و یا با تماس تلفنی اعلام می‌نمایند

چرا عصبانی هستند؟

اصلی‌ترین دلیل عصبانیت آن‌ها عدم همکاری کارکنان برای پیشبرد اهداف مشتری بوده است یعنی

قهر مشتری را بشکنید

نمی‌توان فقط با انجام دادن سریع درخواست آن‌ها عصبانیت را کاهش داد بلکه بیشتر می‌بایست به حرف آن‌ها گوش سپرد

چگونه مشتری را آرام کنیم؟

- ۱- با لحن صمیمی حرف بزنید. با یک‌تن صدای ثابت صحبت نکنید زیرا نوع کلام شما نشانگر میزان اهمیت موضوع برای شما است.
- ۲- با مشتریان خوشامدگویی و احوالپرسی کنید و با کلمات کوتاه از آن‌ها بخواهید که موضوع را شرح دهند.
- ۳- به حرف‌های آن‌ها خوب گوش بدهید و با تکرار بعضی از عبارات و جملات به آن‌ها بفهمانید که موضوع برای شما جالب و مهم است.
- ۴- از جمله «این وظیفه من نیست» استفاده نکنید. باعث عصبی شدن افراد می‌شود. حتی اگر درخواست مشتری غیرمنطقی است سعی کنید راه‌های دیگری را به او پیشنهاد کنید.

مشتری ناراضی ۹۶٪

۹۶٪ چه کسانی هستند

آن گروه از مشتریان ناخشنود که بدون هیچ شکایتی از ما جدا شده و به سراغ رقبا می‌روند با توجه به هزینه بالای جذب مشتری جدید تبلیغات بدهان به دهان مشتریان ناراضی در طول چند سال زیان زیادی به شرکت وارد می‌کند

قهر مشتری را بشکنید

شکستن قهر مشتریان ۹۶٪

در این مطلب ما به توضیح استراتژی کاربردی تغییر change یا «چه چیزی را تغییر دهیم تا مشتری از دست رفته برگردد» که توسط آقای فیشر مطرح گردیده می‌پردازیم

پنج گام برای بازگرداندن مشتری ناراضی

استراتژی change

در این استراتژی برای بازگرداندن مشتری از دست رفته باید ۵ عامل را تغییر داد که به شرح ذیل است



گام اول: تغییر زمان

باگذشت زمان ممکن است نظر مشتری تغییر نماید. زمان‌های ملاقات

با مشتری که قبلاً صورت می‌گرفت را تغییر دهیم

برای مثال: اگر تا سال گذشته به مشتری شنبه‌ها زنگ می‌زدی حالا سه‌شنبه‌ها زنگ بزنیم.

اگر در زمان کاری زنگ می‌زدیم حالا در یک زمان غیر کاری زنگ بزنیم بجای صبح‌ها، بعدازظهرها زنگ بزنیم

شما می‌توانید به مشتری زنگ بزنید بگویید درست است که از نظر بیزینس به مشکل خورده‌اید اما

همچنان مانند دو دوست باهم هستیم

قهر مشتری را بشکنید

گام دوم: تغییر محل

محلی که مشتری را ملاقات می کردیم را عوض کنیم. مشتری از کار شما و محل کسب شما ناراحتی دارد ممکن است در محل جدید دید دیگری به شما داشته باشد
برای مثال: اگر مشتری ازدست رفته را در محل کارش ویزیت می کردید حالا در یک کافی شاپ دعوت کنید

اگر محدودیت دارید وقتی که مشتری را در یک محل جدید ملاقات کردید در یک سمینار و یا جلسه، جلو رفته و خود را معرفی کرده و توضیحات درباره شرکت ارائه دهید که امکان برگشت مشتری را زیاد می کند



گام سوم: تغییر افراد

در این عامل باید افراد یا فردی که با مشتری ازدست رفته در ارتباط بود را عوض کنیم. اگر مشتری از منشی ناراحت شده، می گوییم که از این به بعد مدیر فروش با او تماس بگیرد

تغییر افراد می تواند دو دلیل داشته باشد

أ. مشتری از همکار شرکت به دلایلی ناراضی دارد و باعث یادآوری سرویس نامناسب قبلی در ذهن او می شود
ب. امکان دارد مشتری حس درونی خوبی نسبت به همکار ما نداشته باشد و همین دلیل ناراضی می شود
با رعایت موارد فوق می توان نقش بسزایی در کسب رضایت مشتری داشت.

قهر مشتری را بشکنید



گام چهارم: تغییر ابزار و رسانه‌ها

رسانه‌ای که با مشتری در ارتباط بودیم را باید عوض کنیم اگر قبلاً حضوری بود اینک از پیامک استفاده می‌کنیم، یا ایمیل برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنیم

از نظر رسانه افراد به سه نوع ذیل تقسیم می‌شوند

- ۱- بصری
- ۲- سمعی
- ۳- لمسی

مطالب کاربردی برای نحوه درست ارتباط با افراد به شرح ذیل است در خاطر داشته باشید با هر گروه به‌مانند خودش باید رفتار کنید و عدم رعایت و شناخت مناسب عامل مهمی در نارضایتی مشتری است

۱-بصری:

این افراد بیشتر به کیفیت‌های دیداری توجه دارند و تصاویر برای آن‌ها اهمیت بیشتری دارد. سریع صحبت می‌کنند و... از حرکات دست بسیار استفاده می‌کنند و هر آنچه را تعریف می‌کنند به‌گونه‌ای می‌گویند که مخاطب تصویر آن را در ذهن خود ببیند.

قهر مشتری را بشکنید

با بصری‌ها چگونه رفتار کنیم؟

- ا) بیشتر جلسه محور هستند
- ب) این افراد باید جنس را ببینند.
- ج) بصری‌ها عاشق کیفیت هستند.
- د) دوستدار هدیه دادن و هدیه گرفتن هستند.
- ه) غالباً کم‌تحمّل هستند
- و) دوستدار کلیات هستند.
- ز) باید خلاصه صحبت کرد.

۲- سمعی

این افراد بیشتر به شنیده‌ها توجه دارند. کلام و طنین و آهنگ را به خاطر می‌سپارند. هیجان کمتری دارند. آهسته صحبت می‌کنند و سعی می‌کنند که بیانشان شیوا و رسا باشد.

با سمعی‌ها چگونه رفتار کنیم؟

- ا) تلفن محور و پیامک محور هستند
- ب) جزئی‌نگر هستند.
- ج) کتبی به این افراد اعلام فرمایید.
- د) از آن‌ها تعریف کنید.
- ه) کاتالوگ جنس را با جزئیات به آن‌ها بدهید.
- و) تند صحبت کردن با آن‌ها بی‌ادبی تلقی می‌شود.

قهر مشتری را بشکنید

۳-افراد لمسی:

این افراد بیشتر به کیفیت‌های لمسی توجه دارند و از آنچه لمس کرده‌اند صحبت می‌کنند. خیلی آرامند حتی یک نوع رخوت و سستی را می‌توان در آن‌ها دید. احساس آن‌ها از دیگران عمیق‌تر است.

با لمسی‌ها چگونه رفتار کنیم؟

ا) رفیق محور هستند

ب) باید احساس رفاقت کنند تا از شما جنس بخرند

ج) آن‌قدر که به نظر بعضی‌ها شل و ول‌اند.

د) غالباً تحمل بالایی دارند

ه) با آن‌ها درون بروید.

و) دستانشان را به گرمی فشرد.

ز) دوستانه با آنان برخورد کنید

گام پنجم: تغییر شرایط

شرایط کاری با مشتری را تغییر دهید یعنی با توجه دلیل ناراحتی مشتری و همچنین سابقه معاملات مشتری می‌توانید با تغییر قیمت، شرایط فروش، نحوه پرداخت و... عمده ناراحتی مشتری را رفع کنید. بر اساس تحقیقات صورت گرفته ۶۳٪ مشتریان اذ دست‌رفته با پیگیری صحیح به مشتری اصلی تبدیل شده‌اند.