

## رضایت مشتریان در خدمات پس از فروش

شاید برای شما هم پیش آمده است که کالا یا خدمتی را بر اساس تحقیق و بررسی ویژگی‌های فنی آن یا با توجه به تبلیغات و بازاریابی فروشنده خریداری کرده‌اید؛ اما پس از مدتی در مرحله بهره‌برداری و مصرف آن، دچار مشکلاتی شده‌اید. شاید لازم بوده فروشنده برای نصب کالایش مراجعه نماید، اما تاخیر داشته و حتی جوابگوی تماس‌های شما نیز نبوده است. شاید شما در نحوه کاربری دستگاه سوالی دارید، اما تمامی شماره تماس‌های فروشنده اشغال است و کسی پاسخگو نیست و... نهایت شما را به جایی می‌رساند که کلاً از خرید آن نوع کالا به کلی پشیمان می‌شوید.

اکنون چند سوال مطرح می‌شود:

آیا رضایت مشتریان صرفاً در مرحله بازاریابی و فروش کالا باید مدنظر قرار گیرد؟

آیا بازار گرمی و بازار سازی صرفاً به فرایندهای قبل از فروش برمی‌گردد؟

آیا يك مشتری که با زحمت زیادی جذب شده است، باید به همین آسانی از دست برود؟!

مطالعات و نظریات محققان رضایت مشتری بیان می‌کند که بین رضایت مشتریان و خدمات پس از فروش، رابطه مستقیمی وجود دارد و در دهه‌های اخیر نسبت این وابستگی بیشتر شده است.



این جمله معروف را حتماً شنیده‌اید که فروش پایان يك معامله نیست، آغاز يك تعهد است. خوب است مفهوم بنیادین این جمله کلیدی، همیشه سرلوحه فعالیت‌های يك بنگاه یا مؤسسه قرار گیرد.

در باز تعریف چگونگی کسب رضایت مشتری در فعالیت‌های فروش يك سازمان، حتماً باید به تداوم کسب رضایت مشتری در فرایندهای پس از فروش نیز توجه کافی بشود. برای حمل کالا، نصب و راه‌اندازی آن، آموزش بهره‌برداری دستگاه، لوازم یدکی و مصرفی آن، سرویس‌های دوره‌ای نگهداری و تعمیرات آن، گارانتی دستگاه، راهنمای فنی کالا، مراکز خدمات پس از فروش، سرویس‌های مرکز پیام مشتریان و... باید به اندازه کافی فکر کرد و راه‌حل‌های مناسبی اتخاذ نمود.

## رضایت مشتریان در خدمات پس از فروش

در يك مثال، طی یکی دو دهه اخیر شاهد افزایش فروش پر شتاب لوازم خانگی ساخت يك برند از کشور کره جنوبی در کشور بودیم. علاوه بر تکنولوژی بروز و کیفیت کالاهای عرضه شده، یکی از دلایل و نکات مثبتی که در بازار برای این نوع لوازم معروف و زبانزد شده بود، همان کیفیت خدمات پس از فروش آن شرکت بود که به گونه‌ای دیگر و نو در بازار ایران ارایه می‌شد. کالای خریداری شده به رایگان، به سرعت و با هماهنگی خوبی با خریدار به آدرس او حمل می‌شد.

تکنیسین‌هایی با لباس متحد الشكل و کاملاً مبادی آداب و آموزش شده و مجهز با جعبه ابزار شکیل و تمیز، در حالی که کارت پرسنلی خود را نشان می‌دهند، برای نصب و آموزش دستگاه مراجعه می‌کنند. پس از انجام ماموریت، گزارش خود را تقدیم مشتری می‌کنند و از او امضاء رضایتمندی اخذ می‌کنند. ساعاتی بعد، از مرکز تماس مؤسسه با شما تماس گرفته می‌شود و در خصوص کیفیت خدمات ارایه شده نظرسنجی می‌شود. احیاناً اگر مدتی بعد سوالی یا مساله‌ای برای شما پیش بیاید، در اولین تماس می‌توانید با مرکز خدمات مشتریان صحبت کنید و راهنمایی بگیرید، در صورت نیاز بلافاصله تکنیسین مجرب اعزام می‌شود.

در مطالب بعدی، به تشریح سایر عوامل موثر بر رضایت مشتریان در حوزه خدمات پس از فروش خواهیم پرداخت.

نوشته: حسین شادمهر

کانال تلگرام: <https://telegram.me/DrCRM>



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=12947>