

پنج اشتباه که باعث ریزش مشتریان می شود

اگر شما تجربه کار در بخش‌های مربوط به امور مشتریان سازمانی را داشته باشید، احتمالاً قبول خواهید داشت دلیل از دست رفتن اکثر مشتریان، بد رفتاری است که با آنها شده. نزدیک به ۶۸٪ مشتریانی که سازمانی را ترک می‌کنند، معمولاً نارضایتی آن‌ها از نوع برخورد و غالباً بی‌تفاوتی کارمندان است. اما کلمه «بی‌تفاوتی» می‌تواند معانی متفاوتی برای هر مشتری و هر کسب و کاری داشته باشد. در این مطلب به ۵ مورد اشاره می‌کنیم که باعث می‌شود مشتریان حتی بدون گفتن کلمه‌ای از نارضایتی خود، کسب و کار ما را ترک کنند.

۱. خلف وعده: معمولاً افرادی در سازمان که مستقیماً با مشتری در تماس هستند، نباید قولی به مشتری بدهند که به انجام آن مطمئن نیستند. مثلاً ممکن است شما به مشتری خود بگویید به محض رسیدن قطعات یدکی، برای دستگاهی که مشتری قبلاً از شما خریده و حالا نیاز به سرویس دارد، به شما خبر خواهیم داد. اما چون ساز و کاری برای این موضوع در سازمان شما وجود ندارد، قطعاً فراموش خواهید کرد و همین موضوع باعث نارضایتی مشتری خواهد شد. اصلاً به مشتری قولی ندهید که در فرآیندهای سازمان شما تعریف نشده است.

۲. بحث کردن با مشتری: ممکن است همیشه حق با مشتری نباشد اما بحث کردن با مشتری نیز هیچ وقت جایز نیست. جدا از اختلاف نظر به وجود آمده، لازم نیست برای اثبات حرف‌های خود با او بحث کنید. خیلی وقت‌ها هنگامی که مشکل توسط اختیارات شما حل نمی‌شود، ارجاع مشتری به سرپرست یا مدیر بخش می‌تواند کارساز باشد. معمولاً مشتریان وقتی با افراد بالای سازمان صحبت می‌کنند، زودتر قانع می‌شوند.

۳. بی‌اعتنا بودن: خیلی وقت‌ها مشتری به قصد بیان نارضایتی با سازمان تماس می‌گیرد اما با بی‌اعتنائی شخص پاسخگو مواجه می‌شود. این بدترین تجربه یک مشتری خواهد بود. حتی اگر شکایت یک مشتری مربوط به بخش شما نمی‌شود، در وهله اول سعی کنید مشتری را با گوش دادن صبورانه، آرام کنید و بعد او را به بخش مربوطه هدایت نمایید. در نظر داشته باشید اعلام شکایت، یکی از بهترین فرصت‌ها برای گرفتن بازخورد از کیفیت محصول یا خدمت ارائه شده توسط سازمان شماست. سعی کنید با استقرار ساز و کارهای CRM بیشترین بهره‌برداری را از این فرصت بکنید.

۴. دادن اطلاعات نادرست: با توجه به این که کسب و کارهای امروزی به شدت پویا هستند و سرعت تولید اطلاعات در آنها بالاست، ممکن است همه کارمندان در جریان همه اطلاعات مورد نیاز مشتریان نباشند. لازم نیست هنگامی که مشتری سوالی از شما می‌پرسد و شما پاسخ آن را نمی‌دانید اطلاعات غلط بدهید. کفایت به او زمان تقریبی برای این که پاسخ را پیدا کنید، بگویید و بعد از پیدا کردن جواب، اطلاعات مورد نیاز را به او بدهید.

۵. بدخلق بودن: همه ما ممکن است روزهای بدی در ماه داشته باشیم، اما این موضوع به مشتری ربطی ندارد. اجازه ندهید مشکلات شخصی و کاری شما در برخورد شما با مشتری تاثیر بگذارد. مشتری تصور می‌کند شیوه پاسخگویی کل سازمان به این صورت است و قطعاً سازمان شما را با نارضایتی ترک خواهد کرد. اگر روز خوبی ندارید، مرخصی بگیرید تا عواقب آن متوجه کار شما نشود.

ترجمه: نیما شفیعی

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



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=13083>