

ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Όταν σχεδιάζα το σεμινάριο Ποιοτική Εξυπηρέτηση Πελατών, δε φανταζόμουν την απήχηση που θα είχε στους συμμετέχοντες, οι οποίοι προέρχονταν από μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών, ελληνικές και πολυεθνικές. Αφού το σεμινάριο πραγματοποιήθηκε μερικές φορές ως ενδοεπιχειρησιακό και ανοιχτό και είδα την ανάγκη που είχαν οι συμμετέχοντες για μια φιλοσοφία εξυπηρέτησης και ένα πρόγραμμα δράσης, πείστηκα πλέον πως πρέπει να γραφτεί ένας οδηγός για το θέμα αυτό, τη στιγμή μάλιστα που δεν υπάρχει κανένας στην ελληνική γλώσσα και για τις ελληνικές συνθήκες της αγοράς.

Σήμερα, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες έχουν να προβάλουν στην αγορά πολύ λίγες διαφορές, ως συγκριτικά πλεονεκτήματα για τα οποία θα πρέπει οι πελάτες να δείξουν προτίμηση. Ο ανταγωνισμός είναι σκληρός και καμία επιχείρηση δε θέλει να μείνει πίσω από τις διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις της αγοράς. Έτσι, παρουσιάζεται το φαινόμενο να υπάρχουν δεκάδες διαφορετικοί κατασκευαστές για το ίδιο ουσιαστικά προϊόν, πολλές φορές στην ίδια τιμή, με τις ίδιες παροχές μετά την πώληση και με διαφορά μόνο σ' αυτό ου γράφει το ταμπελάκι επάνω στο προϊόν. Οι ελληνικές δε επιχειρήσεις που είναι αντιπρόσωποι ξένων κατασκευαστών, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στην προώθηση προϊόντων τους, στα οποία, μερικές φορές, το μόνο που αλλάζει είναι το περίβλημα και το όνομα.

Ποιο είναι λοιπόν το σημείο στο οποίο μπορείτε να διαφοροποιηθείτε ως εταιρία, ώστε να δημιουργήσετε μια διαφορετική εικόνα για σας αλλά και για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που πουλάτε; Πώς μπορείτε να κάνετε τον πελάτη να αισθανθεί ιδιαίτερα και όχι έτσι όπως θα αισθανόταν σε οποιαδήποτε άλλη εταιρία; Πώς θα κάνετε τον πελάτη να διανύσει μερικά μέτρα παραπάνω, να περάσει τη λεωφόρο για να έλθει σε σας απέναντι, να ανέβει μερικούς ορόφους ή να φύγει από τον εμπορικό δρόμο και να στρίψει σε ένα στενό δρομάκι για να σας βρει; Πώς θα τον κάνετε να θυμάται το όνομα της εταιρίας σας, το όνομα του προϊόντος, το όνομα του υπαλλήλου σας που τον εξυπηρέτησε, ώστε να σας συστήσει στο φιλικό του περιβάλλον;

Μόνο ένα σημείο υπάρχει στο οποίο μπορείτε να διαφοροποιηθείτε και μάλιστα να ελέγχετε πλήρως τη διαφοροποίηση αυτή, να τη βελτιώνετε, να την προσαρμόζετε και να την κάνετε ισχυρότερη. Το σημείο αυτό έχει σχέση με το πώς αντιμετωπίζετε τον πελάτη, πώς τον κάνετε να αισθάνεται για το προϊόν ή την υπηρεσία που αγόρασε, πώς του ικανοποιείτε τις ανάγκες και με το αν τον κάνετε να φύγει ευχαριστημένος και με σκοπό να ξαναέλθει για να αγοράσει. Με λίγα λόγια, έχει σχέση με το πώς τον εξυπηρετείτε. Η εξυπηρέτηση είναι εκείνη που θα κάνει τον πελάτη να σας ξεχωρίσει από τους ανταγωνιστές σας και θα σας δώσει τη δυνατότητα να

κερδίζετε τους πελάτες σας για πάντα. Και όχι βέβαια η απλή εξυπηρέτηση, αλλά η Ποιοτική Εξυπηρέτηση Πελατών, που είναι και το θέμα του οδηγού αυτού.

Πώς να το χρησιμοποιήσετε

Ενας οδηγός για την Ποιοτική Εξυπηρέτηση Πελατών (ΠΕΠ) δεν πρέπει να σκονίζεται στη βιβλιοθήκη. Ειδικότερα ο οδηγός που κρατάτε στα χέρια σας είναι αποδοτικός για καθημερινή χρήση. Περιέχει το θεωρητικό μέρος κάθε κεφαλαίου, το οποίο πρέπει να διαβάσετε συχνά, προκειμένου να δημιουργηθεί μια "συνείδηση εξυπηρέτησης". Δεν αρκούν οι καλές προθέσεις και η συμφωνία ότι πρέπει ο πελάτης να εξυπηρετείται με τον καλύτερο τρόπο. Αυτές είναι απόψεις που εύκολα μπορούν να αλλάξουν ή να ξεχαστούν κάτω από ιδιαίτερες συνθήκες, όπως π.χ. σε περίπτωση διένεξης με κάποιον πελάτη. Η "συνείδηση εξυπηρέτησης" είναι τρόπος σκέψης και ακολούθως τρόπος εργασίας, που όμως για να παγιωθεί πρέπει να διαβαστεί και να ξαναδιαβαστεί.

Ο οδηγός που κρατάτε στα χέρια σας πρέπει να βρίσκεται πάνω σε κάθε γραφείο, να ανατρέχετε σ' αυτόν όποτε θέλετε να εκπαιδεύσετε ένα νέον υπάλληλο, να προσλάβετε ανθρώπους, να εκτιμήσετε την απόδοσή τους, να αντιμετωπίσετε έναν πελάτη και γενικά να κάνετε τη δουλειά σας καλύτερα και αποδοτικότερα. Το δεύτερο βιβλίο, που αφορά τους υπαλλήλους της πρώτης γραμμής, πρέπει να βρίσκεται μπροστά τους, ώστε να ανατρέχουν όποτε αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα και βλέπουν την απόδοσή τους να μειώνεται.

Σημειώστε επάνω στα δύο βιβλία, τσακίστε τις σελίδες που σας ενδιαφέρουν, κρατήστε ιδιαίτερες σημειώσεις και γενικά επιστρατεύστε τη φαντασία και τη δημιουργικότητά σας, ώστε να τα χρησιμοποιήσετε όσο πιο αποδοτικά γίνεται.

Όπως θα διαπιστώσετε, υπάρχουν τρία μέρη, που αντιστοιχούν στην ανώτατη διοίκηση ενός οργανισμού, στα μεσαία στελέχη και στους ανθρώπους της πρώτης γραμμής. Πριν να αναλάβει κάποιος ευθύνες και στόχους προς επίτευξη πρέπει απαραίτητως να διαβάσει τουλάχιστον το μέρος που τον αφορά άμεσα και να εκφράσει τις απόψεις του. Ιδίως οι άνθρωποι της πρώτης γραμμής, παρόλο που φαίνεται να συμφωνούν ότι πρέπει να εξυπηρετούν τον πελάτη σε κάθε περίπτωση, στην πραγματικότητα μπορεί να έχουν άλλες απόψεις, διαμορφωμένες από τις προηγούμενες εμπειρίες τους σε άλλες επιχειρήσεις.

Ο οδηγός αυτός μπορεί επίσης να αποτελέσει εργαλείο εκπαίδευσης των ανθρώπων της επιχείρησης, αναλύοντας κάθε φορά και ένα κεφάλαιο.

Στα σχετικά κεφάλαια θα βρείτε και την απάντηση μεγάλων ελληνικών επιχειρήσεων στο ερωτηματολόγιο που τους θέσαμε. Οι απαντήσεις, εκτός από το ότι φανερώνουν την φιλοσοφία των επιχειρήσεων που ανταποκρίθηκαν, δίνουν και ενδιαφέρουσες ιδέες. Απαντήστε και εσείς στο ίδιο ερωτηματολόγιο. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος να αποκτήσετε έναν "καταστατικό χάρτη", σχετικά με την εξυπηρέτηση που προσφέρετε στους πελάτες σας.

Εγγύηση

Ο οδηγός ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ αποτελεί ένα αποδοτικό εργαλείο διαμόρφωσης φιλοσοφίας, επιχειρησιακού κλίματος και σχεδίου δράσης για τους ανθρώπους της επιχείρησης. Ο στόχος του είναι να σας προσφέρει γνώσεις και πρακτικές για να αξιοποιήσετε αυτή τη στρατηγική, τη μόνη που μπορεί να σας εξασφαλίσει την επιτυχία στη δεκαετία πριν από το έτος 2000. Αν, για τον οποιονδήποτε λόγο, δε σας ικανοποιήσει και δε βρείτε αξία στην πρακτική του εφαρμογή, επιστρέψτε τον μαζί με την απόδειξη ή το τιμολόγιο στη διεύθυνση του συγγραφέα, το

αργότερο σε 30 ημέρες από την ημερομηνία αγοράς, και θα σας επιστραφούν τα χρήματα αμέσως και χωρίς ερωτήσεις.

Οι στόχοι του οδηγού

Ο οδηγός που κρατάτε στα χέρια σας είναι ο πρώτος που εκδίδεται στην ελληνική γλώσσα με θέμα την Ποιοτική Εξυπηρέτηση Πελατών. Φιλοδοξεί να αποτελέσει το πρώτο μιας σειράς βιβλίων, που θα έχουν ως θέμα τη συμπεριφορά των ανθρώπων της επιχείρησης προς τον πελάτη και την επίδρασή της στο μέλλον της σχέσης του με την επιχείρηση.

Ο πρώτος στόχος του λοιπόν είναι να παρακινήσει την ανώτατη διοίκηση των επιχειρήσεων στη δημιουργία μιας φιλοσοφίας εξυπηρέτησης πελατών, με την εισαγωγή μιας καινούργιας έννοιας, της έννοιας "συνείδηση εξυπηρέτησης".

Υποστηρίζουμε πως χωρίς την έννοια αυτή, η οποία πρέπει να ξεκινήσει από την κορυφή της ιεραρχίας και να διατρέξει όλα τα τμήματα και τους ανθρώπους της εταιρίας, δεν είναι δυνατόν να παρακινηθεί ο πελάτης να αγοράσει από εσάς και όχι από τον ανταγωνισμό, και μάλιστα να επιστρέψει για να αγοράσει ξανά. Δεν περιοριζόμαστε βέβαια στη δημιουργία της φιλοσοφίας, γιατί δεν το θεωρούμε αρκετό. Προχωρούμε στην πρόταση δημιουργίας ενός αντίστοιχου "κλίματος εξυπηρέτησης", το οποίο επίσης αναφέρεται σε μια καινούρια έννοια και εξαρτάται από τα μεσαία στελέχη. Για το λόγο αυτό, προτείνουμε λύσεις στην πρόσληψη, την εκπαίδευση και την αποτελεσματική διοίκηση των μεσίων στελεχών από την ανώτατη διοίκηση.

Ο δεύτερος στόχος είναι να αποκτήσουν τα μεσαία στελέχη ένα εργαλείο δουλειάς, ώστε να μπορέσουν να αναλάβουν την ευθύνη υλοποίησης ενός προγράμματος εξυπηρέτησης πελατών. Το πρόγραμμα αυτό προϋποθέτει τη δημιουργία προδιαγραφών εξυπηρέτησης και συστήματος μετρήσεων αποτελεσμάτων. Ακόμη προϋποθέτει προδιαγραφές για πρόσληψη και εκπαίδευση, διοίκηση και παρακίνηση ανθρώπων, και βεβαίως δημιουργία ομαδικού κλίματος. Τα μεσαία στελέχη είναι αυτά που πρέπει να περάσουν στην πράξη τη φιλοσοφία της επιχείρησης και μάλιστα μέσω των ανθρώπων της πρώτης γραμμής. Μια εργασία πολύ δύσκολη, επίπονη αλλά παράλληλα δημιουργική και ευχάριστη.

Ο τρίτος στόχος είναι να προσφέρει στους ανθρώπους της πρώτης γραμμής τους πρακτικούς τρόπους για να προσφέρουν ποιοτική εξυπηρέτηση στους πελάτες τους, χωρίς αυτό να είναι αγγαρεία ή μια κουραστική δουλειά. Είναι στόχος επίσης να τονίσει στους ανθρώπους που καθημερινά πρέπει να αντιμετωπίζουν κάθε είδους πελάτη ότι η Ποιοτική Εξυπηρέτηση είναι κάτι που θα κάνει και τους ίδιους να νιώσουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από τη δουλειά τους, να αυξήσουν την αυτοεκτίμηση και αυτοπεποίθησή τους και να απολαμβάνουν τη σχέση τους με τους πελάτες.

Ο τέταρτος στόχος του οδηγού αυτού είναι να προτείνει ένα σχέδιο δράσης που μπορείτε να εφαρμόσετε αμέσως και να έχετε πολύ γρήγορα θετικά αποτελέσματα. Προσαρμόστε το προτεινόμενο σχέδιο δράσης στη δική σας φιλοσοφία, στους δικούς σας πελάτες και ιδιαίτερες συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργείτε. Να είστε σίγουροι πως, αν εφαρμόσετε τις βασικές αρχές του σχεδίου δράσης, σίγουρα θα δημιουργήσετε "μιαν

άλλη επιχείρηση" στα μάτια των πελατών σας, η οποία προωθεί "άλλα προϊόντα και υπηρεσίες".

Σε ποιους απευθύνεται ο οδηγός

Ο οδηγός ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ απευθύνεται σε όλη τη διοικητική πυραμίδα κάθε επιχείρησης.

Απευθύνεται στη ανώτατη διοίκηση, βασισμένος στην άποψη πως από εκεί πρέπει να ξεκινήσει η όλη διαδικασία δημιουργίας Ποιοτικής Εξυπηρέτησης Πελατών.

Απευθύνεται στα στελέχη της επιχείρησης, που έχουν άμεση σχέση με τους ανθρώπους της πρώτης γραμμής, και προτείνει συγκεκριμένες ενέργειες που πρέπει να γίνουν, για να υλοποιηθεί το πρόγραμμα.

Απευθύνεται επίσης στους ανθρώπους της πρώτης γραμμής, που έρχονται σε άμεση επαφή με τους πελάτες, με προτάσεις για μια νέα αντιμετώπιση των πελατών προς όφελος όλων.

Οι αρχές που προτείνονται μπορούν να εφαρμοστούν ανεξάρτητα από το διοικητικό μοντέλο που τώρα εφαρμόζεται στην επιχείρησή σας. Δίνουν επίσης ένα ξεχωριστό νόημα και χρησιμότητα στα σεμινάρια που ίσως έχετε παρακολουθήσει όπως : Πωλήσεων, Παρακίνησης, Διοίκησης και Επικοινωνίας. Και αυτό συμβαίνει επειδή, τελικά, ο στόχος όλων αυτών των σεμιναρίων είναι η απόκτηση και διατήρηση των πελατών.