

مشتری برای شما و شما برای مشتری

«بادبزن‌های رقصان»

یک رویکرد انقلابی نسبت به خدمات‌دهی به مشتریان

نویسنده: کن بلانچارد، شلدون باولز

مترجم: رویا نبوی چاشمی



انتشارات اردیبهشت

فهرست مطالب

عنوان صفحه

پیشگفتار ۴

فصل اول - راز اول

بادبزن‌های رقصان ۹

چه کمکی از دستم برمی آید ۲۶

تصمیم بگیر که چه می‌خواهی ۲۸

فصل دوم - راز دوم

کشف کن که مشتری چه می‌خواهد ۵۲

فصل سوم - راز سوم

کشف کنید که مشتریان چه می‌خواهد و ۹۲

به قولت عمل کن به علاوه‌ی یکی...!!

سخنی چند درباره نویسنده ۱۱۹

پیش‌گفتار

تمامی سازمان‌های موفق، یک نقطه‌ی نگرانی و توجه مشترک به نام مشتری دارند. صرف نظر از اینکه این سازمان، یک بنگاه تجاری باشد، یا یک نهاد حرفه‌ای، یک بیمارستان یا یک کارگزار دولتی، تنها آنهایی موفق محسوب می‌شوند که تمام توجه‌شان به مشتری است.

رسیدن به این بصیرت، یک راز نیست. اعلامیه‌های تبلیغاتی، گزارش‌های سالیانه، پوسترهای روی در و دیوار، سمینارها، و حتی برنامه‌های تلویزیونی، بیان‌کننده‌ی اهمیت و جایگاه مشتری است. اما به گفته‌ی شکپر این بصیرت «بیشتر معطوف به شکست و ناکامی است تا موفقیت.» در حقیقت، در مجموع باید گفت که، خدمات مشتری بدجوری دل‌آزار شده است.

و اصلاً جای تعجب نیست. نگاه کنید ما چگونه مدیران مان را تربیت می‌کنیم. زمانی که در دانشکده درس می‌خواندم، دوره‌هایی را برای بازاریابی و رفتار با مشتری گذراندم. فرض کلی در این دوره‌ها بر آن بود که مردم گروه‌هایی از خریداران فاقد فکری هستند که با تبلیغات و

تشویق‌های مناسب می‌توان تمامی محصولات و کالاهای تولید شده را به این خریداران ساده و بیچاره فروخت. متأسفانه طی بررسی‌ها و گفت‌وگوهایم در سراسر کشور دریافتم که هنوز هم بسیاری از مدیران جوان ما اینگونه می‌اندیشند. تبلیغات، موقعیت تولید و استراتژی‌های قیمت‌گذاری براساس سهم بازار بسیار با اهمیت هستند. اما وقتی همه‌ی این کارها انجام شد، باید گفت که کالاها فروخته نشدند، بلکه محصولات و خدمات خریداری شدند.

آمریکا به دلیل وضعیت بد و وحشتناک خدمات‌اش، آبستن یک انقلاب است. اگر هم نخواهیم به اعلامیه‌های تبلیغاتی و پوسترهای رنگارنگ در و دیوار توجه کنیم، به رسمیت شناختن نیاز به خدمات رسانی به مشتریان جای تردید نیست. امروزه بیش از پیش مدیران در سازمان‌های منفرد روی مسئله‌ی مشتری متمرکز شدند و موفقیت‌شان می‌تواند مبنایی برای موفقیت دیگران باشد، ۵ تا ۸ سال پیش، موج آرامی، بر ما وزیدن گرفت. ما به این نتیجه رسیدیم که مرغوبیت و کیفیت کالا کافی نیست. امروزه موج خدمات دهی به مشتری قدرتمندتر از موج مرغوبیت وزیدن گرفت و زمانی که این موج کاملاً وزیدن آغاززد، آنانی را که آماده نیستند به فراموش خانه‌ی تاریخ می‌سپارد.

همه‌ی موفقیت‌هایی که من در زمینه‌ی تجارت، انتشار کتاب‌هایم، صحبت در مجامع عمومی و بسیاری از سازمان‌های داوطلبی دیگر بدست آوردم، به خاطر توجه عمیق من به مشتری بوده است. من آنان را به صورت شخصیت‌های مستقلی می‌دیدم و سعی می‌کردم نیازهای‌شان را

بفهمم. من آرزو می‌کردم که ای کاش از سال‌ها قبل کتاب «بادبزن‌های رقصان» را می‌خواندم. این بهترین کتاب کن بلانچارد است و در حقیقت خیلی خیلی کتاب خوبی است. او و هم قلمش شلدن باولز به یک موضوع مهم و پیچیده‌ایی پرداختند و حقیقت‌هایی بنیادی را در قالبی ساده، قابل فهم و لذت بخش طرح کردند. تصمیم بگیر، کشف کن و ارائه بده، به محور اصلی حرکت تان تبدیل می‌شود، کما اینکه ایجاد بادبزن‌های رقصان به دغدغه‌های اصلی من بدل شد.

من هیچ دو نفر دیگری را نمی‌شناسم که بهتر از کن و شلدن درباره‌ای این موضوع مهم بحث کرده باشند.

من این دو را از یک دهی پیش به واسطه‌ی همکاری‌مان در انجمن آموزشی رؤسای دارای سن ۴۰ سال می‌شناسم. این انجمن چند کمپانی با بیش از ۵۰ کارمند و ۵ میلیون دلار فروش را اداره می‌کرد. من و شلدن عضو YPO بودیم و کن از سال ۱۹۷۷ یک استاد عالی رتبه‌ی گروه‌اش بود. کن همچنین راهنمای نویسندگی من بود و پیشنهاد نوشتن کتاب «چگونه می‌توانی با کوسه‌ها شنا کنی و بدون اینکه بلعیده شوی، زنده بمانی» از آن اوست. او دارای توانایی شگرفی برای ساده کردن مسائل پیچیده است و آدم‌ها را با گهرهای ارزشمندشان به حال خود می‌گذارد تا بتوانند آنها را بلافاصله به کار بگیرند.

کتاب بادبزن‌های رقصان ممکن است آسان و خواندنش مفرح باشد، اما پیامی بس عمیق و جدی دارد. من آن را به هر آن کس که می‌شناسم هدیه می‌دهم و آنانی که می‌خواهند بادبزن رقصان خلق کنند و از

موفقیت‌های آینده‌شان سرخوش باشند، حتماً چنین می‌کنند.
از کن و شلدن متشکرم. فقط یک خواهش دارم. یک خواهش. لطفاً،
لطفاً، لطفاً به رقبای من چیزی درباره‌ی بادی‌زن‌های رقاصان نگوئید.

هاروی مک کی

مؤسس کمپانی پاکت مک کی