



مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام) تقدیم می‌کند:

کتاب راهنمای مدیریت خدمات مشتریان

خبر آفری: براساس نکات، تکنیک‌ها و ابزارهای موردنیاز
که به شما کمک می‌کند تا با ارائه خدمات مشتریان خود برای
خوشحال کردن مشتریان، به یک برند خدمات ارزشمند ایجاد کنید.

نوشته:

آندی کراس

مترجم:

دکتر فرشید عبدی

سرشناسه	کراس، آندی Cross, Andy
عنوان و نام پدیدآور	کتاب راهنمای مدیریت خدمات مشتریان : خودآموزی سرشار از نکات، تکنیک‌ها و ابزارهای موردنیاز... نوشته آندی کراس ؛ مترجم فرشید عبدی؛ ویراستاران علی پالیزبان، شقایق ابوالمکارم؛ [به سفارش] مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام).
مشخصات نشر	تهران: موسسه فرهنگی داده‌های طلایی خلیج فارس ایرانیان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۳۶ ص: ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۹۷۹۴۹-۹-۷
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Managing Customer Service Pocketbook, 2009.
عنوان دیگر	خودآموزی سرشار از نکات، تکنیک‌ها و ابزارهای موردنیاز....
موضوع	مات مشتری — دستنامه‌ها
موضوع	Customer services-- Handbooks, manuals, etc.
موضوع	مستری — دستنامه‌ها
موضوع	Customer relations -- Handbooks, manuals, etc.
شناسه افزوده	عبدی، فرشید، ۱۳۴۹- مترجم
شناسه افزوده	پالیزبان، علی، ۱۳۵۰- ویراستار
شناسه افزوده	ابوالمکارم، شقایق، ۱۳۶۰- مترجم
شناسه افزوده	مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری
رده‌بندی کنگره	HF۵۴۱۵/۵
رده‌بندی دیویی	۶۵۸/۸۱۲
شماره کتابشناسی ملی	۶۰۹۷۱۴۰

کتاب راهنمای مدیریت خدمات مشتریان

نویسنده: آندی کراس

مترجم: دکتر فرشید عبدی

ویراستاران: علی پالیزبان، شقایق ابوالمکارم

طرح جلد: علیرضا دریغ

آماده‌سازی کتاب: مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام)

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپ و صحافی دارا

چاپ اول: بهار ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۹۴۹-۹-۷

نشر: داده‌های طلایی

قیمت: ۳۰۰۰ تومان

مقدمه مترجم ۲

خدمات مشتری چیست؟ این کتاب با چه انگیزه‌ای نوشته شده است؟ چرا لازم است این کتاب را بخوانید؟ این کتاب برای چه افرادی مناسب است؟ محتوای کتاب چیست؟ کلام آخر



مقدمه ۳

تمایز حیاتی، چگونه از این کتاب استفاده کنیم؟ ایجاد برند خدمات، روندهای مشتری، شناسایی روندهای جدید



فصل اول: بندهای خدمات مشتری شوید ۱۱

تمایز در استثنایی باشید، تحقق اهداف رشد و سودآوری، فراتر از رقابت، ایجاد وفاداری، جا باز کردن در قلب و ذهن و وجود مشتری، بستن به کار، چه چیزی محرک مشارکت همه جانبه کارکنان است؟ جاهای خالی را پر کنید، جملات رستورانی داشته باشید، از تجربه یادداشت استفاده کنید، تمام حلقه‌های زنجیر



فصل دوم: برای کارکنان، چالش ایجاد کنید ۳۱

بالا بردن سطح انتظارات، آنچه که مشتریان به واقعاً و قطعاً می‌خواهند، انجام درست کارهای درست، کلید در رعایت روشن یا خاموش، شناسایی عوامل کیفیت درونی، تجربه‌ها باعث ایجاد وفاداری در مشتری می‌شوند، بیایید دوست باشیم، مشتری‌ها هم انسان هستند، چوب جادویی، هدیه زمان



فصل سوم: با دل و جان برای مشتری کار کنید..... ۴۷

کارهایی که باید انجام دهید، بالا بردن معیارهای استخدام، زیربنای آموزشی، ارزش‌های مشترک، معیارهای متوازن، قدرشناسی و پاداش، خدمت به جامعه



فصل چهارم: برای تمایز در خدمات، مری تیم خدمات خود باشید..... ۶۳

یاف کردن هرم، آزادی عمل، هدیه بازخور، ارتباط با مشتری، همکاری که عملکرد دچار اختلالاتی می‌شود، گرد هم آمدن کارکنان، به سمت شروعی عالی، به نتیجه رسیدن، قصه گوی بی نظیر، شوی اس دادن توپ به سایر افراد سازمان، همه ارتباطات را با هم می‌هستند، نگاه از طرف دیگر، نگرش ذهنی مثبت، عکس‌نگاری



فصل پنجم: برای بهبود، کارکنان را آزاد بگذارید ۸۹

جبران، منشور خدمات مشتری، بازخورد مشتری، سراپا گوش، روش‌های ارائه بازخور، گامی فراتر از خریدمان ناصحسوس، رقبا، چه می‌شود اگر...؟، هم‌آفرینی خدمات مشتری، به حرکت ادامه دهید.





کتاب راهنمای مدیریت خدمات مشتریان

مزیت ناشی از ارائه محصول خوب یا قیمت ارزان دائمی نیست و به راحتی توسط رقبا تقلید می‌شود. اما یک فرهنگ قوی خدمات قابل تقلید نیست و یک مزیت رقابتی پایدار محسوب می‌شود.

جری فریتزر

به دنیای خدمات مشتریان خوش آمدید
خدمات مشتری چیست.

خدمات مشتری را صرفاً برخورد با مشتری از فروش، یعنی نصب و تعمیر کالاهای فیزیکی خلاصه نکنید. سعی کنید به کلیه خواسته‌های مشتری چه قبل از فروش یا در حین و بعد از فروش در دامنه خدمات مشتریان قرار می‌گیرد. نیازهای مشتری ممکن است آشکار و تصریح شده و یا ضمنی و پنهان باشد. آن دسته از تجربیات مشتری که منجر به تکرار خرید، رضایت و وفاداری می‌شود معمولاً در نقاط تماس رخ می‌دهد که ماهیتی خدماتی دارند. بنابراین سودآوری و ایجاد مزیت رقابتی ریشه در ارائه خدمات متمایز دارد.

این کتاب با چه انگیزه‌ای نوشته شده است؟

به عنوان فردی که سال‌ها در سازمان‌های خدماتی مشغول به کار بوده و مشاوره داده است، با چالش بی‌توجهی به خدمات مواجه بوده‌ام. دانش مدیریت



مقدمه مترجم

در حوزه خدمات کمتر به کار گرفته می‌شود. انسان محور بودن خدمات و پیچیدگی‌های ناشی از آن، کار را دشوار می‌نماید. چون در دو طرف خط مقدم ارتباط برای ارائه خدمات - یعنی مشتری و کارکنان - انسان‌ها واقع شده‌اند و انسان‌ها بسیار بیشتر از نرم‌افزارها و سخت‌افزارها در ارائه فرهنگ خدماتی بی‌نظیر و متمایز تأثیرگذارند. هر جا که مسائل انسانی حاد می‌شود، ضعف‌های مدیریتی و سازماندهی بیشتر می‌شود. مشکلاتی از قبیل:

- ناسایت سازمان
- بهره‌ور، رایج کارکنان
- توجه به مشتری در رفتار و تکلیف
- نداشتن اختیار برای برطرف کردن مشکلات مشتری
- ضعف مربیگری و مدیریت
- عدم شناخت نیازهای مشتری

و شاید ده‌ها مورد دیگر، موجب شده واحدهایی که با خدمت‌رسانی به مشتری سروکار دارند، کارآمدی لازم را نداشته باشند.

علاوه بر این در بخش‌های مهمی مثل بخش فروش که مشتریان تعامل را با مشتری دارند، به طراحی و ارائه خدمات مناسب توجه نمی‌شود. فروش خلاصه در سفارش‌گیری می‌شود و از فرصت ارائه خدمات برای ایجاد تمایز استفاده نمی‌شود. ارائه خدمات مشاوره‌ای چه فنی و چه در مورد مشکلات



کتاب راهنمای مدیریت خدمات مشتریان

مشتري قبل و حين فروش، اهميت بسياري دارد كه معمولاً نادیده گرفته می شود و كاری اضافی تلقی می شود. ارائه خدمات پس از فروش نیز ماهیه هزینه اضافی و دردسر تلقی می شود و بسياری از شركت ها اگر مجبور نباشند، به سراغ آن نمی روند و فرصت تعامل و وفادار کردن مشتری را از دست می دهند.

به ایجاد فرهنگ ارائه خدمات متمایز كمتر توجه می شود. كاركنان برای ارائه خدمات، بی نظیر و باکیفیت آموزش داده نمی شوند و چنانچه كاركنان، خدماتی فراتر از انتظارات مشتری ارائه دهند از آن ها قدردانی نمی شود.

به صمیمیت با مشتری كمتر توجه می شود. رکن اثربخشی خدمات و بازگشت مشتری است، توجهی نمی شود.

مدیریت را دستیابی به هدف از طریق تعیین اهداف تعریف کرده اند؛ پس مدیریت خدمات مشتریان هم می بایست از طریق دارکنان بتواند به اهداف خود دست یابد. انگیزه من از آماده کردن این کتاب علاوه بر توجه به حل مشکلات سیستم های خدماتی، رسیدن به اهداف سودآوری و حفظ مشتری، صادر بوده است. تلاش کرده ام دانش اولیه موردنیاز برای فردی که مسئولیت ارائه خدمات به مشتریان را بر عهده دارد و با كاركنان و مشتریان سروکار دارد، فراهم کنم تا بتواند مربی موفقی برای ایجاد برند، فرهنگ و سازمان خدماتی قوی باشد.