

مهارت‌های کاربردی بازاریابی و فروش

(جلد ۸)

مهارت‌های ارتباط موثر با مشتری

نویسنده: بونری نیوین

ترجمه و تدوین: دکتر سید علی‌رضا



انتشارات اندیشه آریا

زمستان ۱۳۹۰

سرنامه عنوان و پدید آور	دنیادیده علی، ۱۳۳۹، گردآورنده مترجم مهارت‌های تفریحی، ورزشی و فروش پول: اندیشه آریا، ۱۳۹۰	۱۸۰۰۰۰ ریال شابک:	مندرجات
مختصات نشر مختصات ظاهری وضعیت فهرست نویسی یادداشت یادداشت	ج ۸ فیا هر جلد نویسنده خود را دارد کتاب حاضر قبلاً به صورت ننگ جدید توسط همس نشر در سال منتشر شده است فروشنده‌گی -- پدیداری موقعیت در کسب و کار مذوبیت فروش	دوره: ۳-۶۱-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۱: ۱-۲۹-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۲: ۲-۵۰-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۳: ۳-۵۱-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۴: ۴-۵۲-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۵: ۵-۵۳-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۶: ۶-۵۴-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۷: ۷-۵۵-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸ ج ۸: ۸-۵۶-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸	مهارت‌های کاربردی بازاریابی (جلد ۱) مهارت‌های مدیریت مشتریان (جلد ۲) مهارت‌های مدیریت روابط با مشتری (جلد ۳) مهارت‌های برخورد با شکایت مشتری (جلد ۴) مهارت‌های مذاکرات تجاری (جلد ۵) مهارت‌های موقعیت در بازاریابی و فروش (جلد ۶) مهارت‌های ارائه خدمات به مشتریان الکترونیکی (جلد ۷) مهارت‌های ارتباط موثر با مشتری (جلد ۸)
موضوع موضوع دیده‌های گنگره رده‌های دیوانه شماره کتابخانه ملی	۱۳۹۰/۹۹/۵۴۸/۵۴۸ HF ۶۵ ۲۳۹۳۷		

ناشر: انتشارات اندیشه آریا
ترجمه و تدوین: دکتر علی دنیادیده
استار: شهریانو ناطق
طرح: سید محسن خوشبختی
محرره: آریا قانع
نظارت علمی: پ: نوید اسلام
چاپ اول: زمستان ۱۳۹۰
شمارگان: ۱۰۰

شابک: ۹-۵۶-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸
شابک دوره: ۳-۶۱-۶۰۴۴-۶۰۰-۹۷۸
قیمت: ۲۰۰۰ تومان

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات اندیشه آریا می‌باشد و هرگونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، ابتدای کارگر شمالی، بالاتر از فرصت‌سیرازی، خیابان مستعلی پلاک ۱۲،

طبقه همکف، تلفن: ۶۶۹۲۶۸۹۶-۶۶۴۲۰۴۶۴ فکس: ۶۶۴۲۰۴۶۳

www.andishcaria.ir

صفحه	عنوان
۷	مقدمه
۱۱	۱- اهمیت خدمات رسانی به مشتری
۱۵	۲- تفاوت خدمات خوب چیست؟
۲۳	۳- ارتباطات موثر با مشتری
۴۱	۴- تبدیل اعتراض به فرصت‌ها
۵۱	۵- قدرتمند شدن به وسیله سرویس دهی های بزرگ
۶۱	۶- ارزیابی خدمات مشتری
۶۷	۷- برنامه ریزی رفتارهای شخصی
۷۱	۸- نکته هایی برای مربیان

مقدمه

- خدمات رسانی به مشتری است زیادی دارد، زیرا هر کسی در هر سازمان؛
- ♦ یا مستقیماً به مشتریان خدمات ارائه می دهد،
 - ♦ یا به همکارانی کمک می کند که در حال خدمات رسانی به مشتریان هستند.
 - ♦ این کتاب برای افرادی است که می خواهند کار می کنند:
 - ♦ شرکت ها و موسسات تولیدکننده کالاها و خدمات
 - ♦ افراد شاغل در زمینه های بازرگانی
 - ♦ بخش های دولتی و خصوصی که در زمینه ارائه خدمات مشتری فعالیت می کنند.

مزیت های خدمات رسانی به مشتریان

نسبت به کار خود رضایت بیشتری خواهید داشت و نسبت به خود و کار خود احساس احترام بیشتری می کنید.

♦ دیگران نسبت به شما احساس خوبی پیدا می‌کنند و همچنین نسبت به مواقعی که مشکلی ایجاد می‌شود درک بیشتری خواهند داشت و به کمک شما نیز راغب می‌شوند.

♦ اگر دفعه اول کار خود را درست انجام دهید، دیگر نیازی به تجدیدنظر نخواهید داشت.

♦ وقتی کمتری را صرف حل کردن مشکلات بیهوده خواهید کرد.

♦ در نهایت کنترل بیشتری روی زمان خود و حجم کاری خود خواهید داشت.

نیازهای سازمان

شرکت‌ها، موسسات و سازمان‌ها به موارد زیر نیاز دارند:

امتیاز رقابتی پایدار: رقابتی تجاری ممکن است به راحتی قیمت‌هایشان را با قیمت‌های شما یا تولیداتشان را با تولیدات شما مطابقت دهند، اما ایجاد تجارتی که دارای فرهنگ خدمات‌رسانی مثبت باشد، برای آنها بسیار سخت‌تر خواهد بود.

سودآوری: یک شرکت با سرویس خوب نیازی به کاهش قیمت ندارد، زیرا مشتریان برای خدمات بهتر پول بیشتری می‌پردازند.

محیط کار بدون استرس و خلاق: خدمات‌رسانی خوب یعنی مشتری‌های خرسند، کارکنان شاد و درگیری و ناسازگاری کمتر در محیط کار.

هزینه بهره‌وری: رضایت مشتری در درجه اول به این معنی است که

هزینه کمتری صرف شکایت‌ها و تصحیح کردن اشتباه‌ها شود، به‌خصوص در سازمان‌های دولتی که منفعت آشکاری برای پیگیری کردن وجود ندارد، در حالی که ضایعات مخفی بسیاری را می‌توان یافت.

شهرت خوب: شهرت خوب برای جذب کردن مشتریان آینده و سرمایه‌گذاران بسیار مهم بوده و برای کسب اعتبار سازمان‌ها نیز ضروری است.

اهمیت "چگونه"

امروزه چگونگی ارائه محصولات و خدمات، به اندازه خود محصولات اهمیت دارد. کالاهای تولیدی و خدمات فراینداتی با یکدیگر ندارند، برای مشتریان مکان دریافت خدمات مهم است. آنها قبل از توجه به خرج کردن پول خود، به اطمینان و علاقه‌ای که به شما پیدا می‌کند اهمیت می‌دهند.

آنها درباره اینکه شما و نحوه مسئولیت‌پذیری‌تان چگونه است، قضاوت خواهند کرد. همچنین به نحوه رفتار شما با دیگر مشتریان نیز اهمیت خواهند داد. بعضی اوقات مشتریان به کیفیت محصولی که به دستشان می‌رسد توجه می‌کنند. یک بیمار چگونه به شایستگی پزشک معالج چشم می‌دوید؟ یک موکل چگونه مهارت‌های وکیل قانونی خود را ارزیابی می‌کند؟ یک مبتدی چگونه می‌تواند بگوید که این رایانه برایش مناسب هست یا نه؟ همه این موارد به خدماتی بستگی دارند که باعث ایجاد اطمینان شده و به نیازهای مشتری توجه می‌کند.

مشتریان تجربه‌های خود را خریداری می‌کنند

مشتریان در هنگام وارد شدن به مغازه شما تجربه‌ای را که آغاز کرده‌اند خریداری می‌کنند، بنابراین به اولین تلفن‌ها و دیدار مشتریان از وب‌سایت خود اهمیت دهید.

امکان دارد از نحوه برخورد شما خوششان آمده و توصیه‌های بخش فروش شما را درباره آنچه که دوست دارند، بپسندند. اگر قصد خرید هدیه‌ای را دارید، از آنجایی که آن را برایشان کادو کنید، بسیار خرسند خواهند شد. اگر هم قصد خرید را برای دوستی داشته باشید، برای خدمات پس از فروش که برایشان در کار کردن مهم است ارزش زیادی قائل می‌شوند.

بعضی از مشتریان برای شما تجربه به صورت آنلاین کتاب‌هایی می‌خرند و بعضی دیگر ترجیح می‌دهند کتاب‌های فیزیکی رفته و از طریق دیدن کتاب‌ها، خرید کنند.

هر کاری که شما برای آنها انجام دهید، قسمتی از تجربه خرید و همچنین قسمتی از این خواهد بود که چگونه خود شما با تغییر در تجارت خود می‌شوید.