



تکریم مشتری، آموزش پرسنل و استفاده از نرم افزار

عوامل موفقیت مراکز خدماتی

«خدمات طلایی پایدار»، یکی از مراکز فعال در ارائه خدمات پس از فروش در تهران است که در زمینه ارائه خدمات به انواع لوازم خانگی فعالیت می کند. استفاده از نرم افزار و فناوری های روز دنیا در کنار تأکید بر برگزاری دوره های آموزشی مستمر کارشناسان فنی، باعث موفقیت این مجموعه در بین همکاران خود شده است. مهدی فلاح نژاد، مدیر خدمات طلایی پایدار، تجربه های خود را در زمینه خدمات پس از فروش در گفت و گویی با فصلنامه «سروش خدمات» در میان گذاشته است.



مهدی فلاح نژاد؛ مدیریت خدمات طلایی پایدار

روتن خدمات: شرکت خدمات طلایی پایدار و زمینه فعالیت آن را معرفی نمایید؟

«خدمات طلایی پایدار» با اتکا به پشتوانه فنی و تخصصی در حوزه نصب، راه اندازی و تعمیرات لوازم خانگی مانند ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی، یخچال، ساید، جاروبرقی، ماکروویو و همچنین، نصب و راه اندازی و خدمات پس از فروش محصولات صنعتی و فروشگاهی فعالیت دارد. از طرف دیگر، ما نمایندگان خدمات خود را در سطح کشور داریم که امکان ارائه خدمات فوق در کشور را در مرکز ما مقدور کرده است. علاوه بر این، خدمات طلایی پایدار با برگزاری دوره های فنی و مشتری مداری برای مهندسان اعزامی خود به محل مشتری، سعی دارد همان طور که از نام آن پیداست، خدمات طلایی و پایداری را به مشتریان خود عرضه کند. از دیگر فعالیت های این مرکز، واردات قطعات و لوازم جانبی لباسشویی، ظرفشویی، یخچال و همچنین مواد شوینده است.

روتن خدمات: به برگزاری دوره های مشتری مداری برای کارشناسان خود اشاره کردید، لطفاً در این مورد کمی بیشتر توضیح دهید؟

ما بر این باوریم که مهندسان علاوه بر آشنایی با فناوری های روز دنیا باید با آداب برخورد با مشتری و نحوه حضور در محل مشتری نیز آشنا شوند و آموزش ببینند. بنده درباره مسأله تکریم ارباب رجوع بسیار حساس هستم و تأکید دارم که باید

به این نکته در مراکز خدمات نگاه ویژه ای شود. متأسفانه در برخی از مراکز خدمات، این موضوع کم رنگ است و توجه چندانی به آن نمی شود. به نظر من، مهندسان فنی باید با ظاهری کاملاً آراسته و موجه، با لباس فرم و همچنین بوی خوش در محل مشتری حاضر شوند و نیز طبق آموزش هایی که قبلاً دیده اند، نحوه برخورد با مشتری و آداب معاشرت، مخصوصاً با مشتریان عصبانی را از قبل آموخته باشند.

به نظر من، باید ببینیم بهترین خدمت از نظر ما به عنوان شخصی که به او خدمت ارائه می شود، چیست و سعی کنیم هر لحظه خودمان را در این سنجش قرار دهیم تا بتوانیم به

بهترین شکل به مشتری خدمت رسانی کنیم. ساده بگویم، باید مشتری را جزئی از خانواده خود بدانیم و سعی کنیم خواسته خدماتی او را برآورده کنیم. در این دوره های آموزشی، مهندسان ما علاوه بر آشنایی با فناوری های روز دستگاه ها، دوره های مربوط به آداب برخورد با مشتری را نیز آموزش می بینند.

روتن خدمات: با توجه به توضیحات شما و تجربه های ارزنده ای که دارید، مهم ترین ویژگی مرکز خدمات خوب چیست؟

این است که بتواند همواره نیازسنجی کند تا در مسیر درست قدم بردارد. باید بدانیم همان طور که ما انسان ها روز به روز نیازهایمان تغییر می کند، خدمت رسانی نیز روز به روز تغییر کرده و باید همگام با نیاز مشتری باشد. برای فرهنگ سازی این

موضوع باید هر واحد خدماتی از خودش شروع کند و فقط در حد تیترو رسانه نباشد که به قطعاً هیچ اثربخشی نخواهد داشت. مشتری باید این تغییرات را ببیند و لمس کند؛ برای رسیدن به این هدف، هر مرکزی باید هزینه کند و وقت بگذارد و به مرور زمان، این فرهنگ خدمت رسانی همه گیر شود. وقتی این موضوع از

سمت مشتری درک و لمس شود، کار خدماتی بها می یابد و مشتری به ارزش واقعی کار پی می برد. برای مثال، وقتی ما مریض می شویم، به دکتر مراجعه می کنیم و هزینه رفت و آمد خود را می دهیم. از طرفی، هزینه ویزیت و هزینه های پزشکی را نیز می پردازیم و خیلی هم تشکر می کنیم؛ اما چرا وقتی یک مهندس تحصیل کرده به محل مشتری مراجعه می کند، برخلاف اینکه خرابی دستگاه او را به بهترین شکل تعمیر می کند، باز مشتری با پرداخت هزینه رفت و آمد یا تشخیص عیب مشکل دارد؟ به نظر من باید در این زمینه فرهنگ سازی کنیم تا ارزش کار فنی و تخصصی مشخص شود و جایگاه اصلی اش را پیدا کند.

مهم ترین نقش را واحد خدمات پس از فروش به عهده دارد. مگر می شود تولید بدون داشتن خدمات پس از فروش جامع و خوب، رونق پیدا کند یا ماندگار شود؟! شرکت های خدمات پس از فروش ایده آل، بازوی قدرتمند اجرایی مهمی هستند.

روتن خدمات: چه عواملی بر ارائه خدمات مناسب و باکیفیت تأثیر می گذارد؟ چه ابزاری مراکز خدماتی را در پیشبرد اهدافشان کمک می کند؟

بعد از فرهنگ سازی و برگزاری دوره های آموزشی و انتقال دانش روز به مهندسان، می توان گفت امروزه داشتن نرم افزار خوب، یکی از نیازهای اصلی شرکت های خدماتی است. در واقع داشتن چنین نرم افزاری مهم ترین و ابتدایی ترین ابزاری است که شرکت های خدماتی باید به آن توجه کنند تا بتوانند دقیق، منظم، اصولی و کاربردی با مهندسان فنی و مشتریان خود در ارتباط مؤثر، کارآمد و دقیق تری باشند. در این حالت می توانند در کمترین زمان ممکن به کوچک ترین نیازهای

روتنز خدمات - به نظر شما در شرایط فعلی، چگونه می توان خدمات

پس از فروش بهتری ارائه کرد؟

اتفاقاً من شرایط فعلی را برای شرکت های خدماتی خوب می دانم، البته به شرط آنکه حرفه ای کار کرده باشند. شاید تعجب کنید و بپرسید چرا؟! درست است که در حال حاضر شرکت های تولیدی و واردکننده دچار چالش هایی شده اند اما شرکت های خدماتی اگر درست، دقیق و حرفه ای کار کرده باشند، اکنون شرایط بسیار خوبی دارند زیرا مشتری به دلیل تمایل نداشتن به تعویض یا خرید کالای جدید، همواره سعی در حفظ کالای فعلی خود دارد. بنابراین، ارائه خدمات خوب و دلسوزانه از سمت مرکز سرویس می تواند عامل کلیدی در موفقیت آن مرکز باشد.

ما ایرانی ها خیلی برای خودمان ارزش قائلیم و به بیان ساده تر همیشه بهترین ها را برای خودمان می خواهیم و برای دستیابی به آنچه دوست داریم و از آن لذت می بریم، بی وقفه تلاش می کنیم. اگر تاجران و تولیدکنندگان ما این امر را مدنظر قرار دهند و کیفیت خوب و درخور شأن

ایرانی را لازمه کار خود بدانند، من از طرف واحدهای خدماتی، برنده بودن آن ها را در این بازار رقابتی تضمین می کنم. تولیدکنندگان ما باید آن قدر به کیفیت تولیدات خود اهمیت بدهند که حتی کوچک ترین قطعات کالایشان نیز دارای بهترین کیفیت باشد تا نهایتاً کالای با کیفیت عالی و دارای فناوری های روز دنیا به مصرف کننده ارائه شود. امیدوارم روزی برسد که من ایرانی به استفاده از کالای ایرانی افتخار کنم و با لذت و خیال آسوده

از آن استفاده کنم و هر لحظه بیشتر از قبل به خرید، نگهداری و حفظ آن ترغیب شوم تا در آینده نزدیک به صادرات محصول با کیفیت ایرانی در سطوح بین المللی دست یابیم و همه ما ایرانی ها با دیدن کالای ایرانی در هر نقطه جهان به تولیدات داخلی خود و ایرانی بودنمان افتخار کنیم.

روتنز خدمات - در پایان اگر صحبتی دارید، بفرمایید.

شعار من همیشه این است که «اشتباه وجود ندارد». حتی این جمله را روی دیوار اتاق کارم قاب کرده ام؛ به این معنی که در هر کاری امکان دارد اتفاقی رخ دهد که کار به ایراد برخورد کند، اما نباید این را اشتباه نامید بلکه اشتباه آن خطایی است که ما آن را مجدداً تکرار می کنیم، عرض بنده این است که با استفاده از دانش و تجربه قبلی اجازه ندهیم آن اتفاق مجدداً تکرار شود، بدین صورت ما هیچ وقت اشتباه نمی کنیم. اگر در کار اشتباه نکنیم، با دانش و فناوری جلو برویم و با اخلاق باشیم، قطعاً کار ما همیشه خوب پیش می رود. درست است که در اصطلاح می گویند انسان جایز الخطاست؛ اما مهم این است که بدانیم این خطا اتفاق بوده یا اشتباه. منظورم این نیست که اشتباه نباید به وجود بیاید؛ یعنی ما همیشه باید هر کاری را طبق اصول درست آن انجام دهیم، حتی باید با اتفاق ها هم اصولی برخورد کنیم تا ایراد بوجود آمده را برطرف و از آن اتفاق تجربه کسب کنیم تا هیچ وقت به اشتباه نرسیم. نکته دیگری که من و همکارانم سرلوحه کارمان قرار داده ایم، شعار «مهاتما گاندی» است که می گوید «مشتری مهم ترین ناظر بر فعالیتهای ماست». از روی این جمله می شود کتاب ها نوشت. مشتری به ما وابسته نیست، ما به او وابسته ایم. او در کار ما هدفی زودگذر نیست؛ بلکه مشتری هدف و نهایت همه اقدامات ماست، مشتری جزئی از سازمان ماست و به نظر من، مشتری جزئی از خانواده ماست. من از همکارانم تقاضا دارم که روی فرهنگ سازی و مشتری مداری کار کنیم و برای کارمان ارزش قائل شویم تا برای کارمان ارزش قائل شوند.

مشتریان با بهترین کیفیت پاسخ دهند. به نظر من، امروزه با وجود نرم افزار قدرتمندی مانند «سروش»، قطعاً برقراری این ارتباط مؤثر امکان پذیر است تا این ارتباط، همواره مؤثر و کارآمد در مسیر برآورده کردن نیاز مشتری و با بالاترین کیفیت و سرعت انجام شود.

نرم افزار مدیریت خدمات پس از فروش سروشان، منطبق با نیازهای شرکت خدماتی طراحی شده است؛ از این نظر که کار را راحت، حساب و کتاب مالی را دقیق تر، پذیرش و ثبت درخواست را آسان تر کرده است و همچنین انبار قطعات و لوازم یدکی را کاملاً مدیریت می کند، و در نهایت می توان گفت این نرم افزار لطفش را به مشتری با پیام رسان سروشان تمام کرده است.

روتنز خدمات - چقدر با پیام رسان خدمات پس از فروش

سروش آشنا هستید؟ آیا از آن استفاده می کنید؟ استفاده از آن

باعث ایجاد چه مزیت هایی در

کارتان شده است؟

بله، کاملاً آشنا هستم و از آن استفاده می کنم. با وجود مشغله کاری زیاد، خودم شخصاً در دوره های آموزشی نرم افزار سروشان حضور داشتم. به نظرم هر مدیری برای مدیریت بهتر امور تحت نظارت خود باید بر همه کارها تسلط داشته باشد. مجموعه ما از پیام رسان سروشان استفاده می کند و از طریق آن، انجام امور راحت تر شده است؛ به این ترتیب که با مهندسان خارج از مؤسسه از طریق پیام رسان در تماس

هستیم و کار پذیرش شده را مستقیماً از این طریق برای آنها ارسال می کنیم. در صورت نیاز به قطعه، تکنسین می تواند از طریق پیام رسان درخواست قطعه کند و در نهایت امکان صدور فاکتور برای مشتری روی همان پیام رسان میسر است و امکان دیگری که به تازگی اضافه شده، امکان پرداخت الکترونیکی مبلغ سرویس از طرف مشتری است. از دیگر قابلیت های کاربردی نرم افزار، قسمت گزارش گیری است که خودم خیلی از آن استفاده می کنم؛ مخصوصاً گزارش های انبار که به نظرم بسیار کامل و دقیق است.

روتنز خدمات - یکی از عوامل مهم در تداوم چرخه تولید، افزایش

تقاضا و برخورداری از مشتریان وفادار است. نقش خدمات پس از

فروش را در این زمینه چگونه ارزیابی می کنید؟

مهم ترین نقش را واحد خدمات پس از فروش به عهده دارد. مگر می شود تولید بدون داشتن خدمات پس از فروش جامع و خوب رونق پیدا کند یا ماندگار شود؟! شرکت های خدمات پس از فروش ایده آل، بازوی قدرتمند اجرایی مهمی هستند. باور کنید شرکت های کوچک تولیدی نوپایی بودند که شرکت ما در شروع کار با آن ها همکاری می کرد و بعدها به خاطر خدمت رسانی کارآمد، اصولی، منطقی و آموزش دیده، امروزه جزو بزرگ ترین شرکت های تولید یخچال صنعتی هستند و من با همه وجود از همکاری با آن ها خرسندم و به آن افتخار می کنم.

درست است که تأمین کیفیت کالا وظیفه شرکت های تولیدی است و البته بسیار مهم است؛ اما حفظ، نگهداری و بقای برندها به عهده واحد خدمات پس از فروش همان کالای تولیدی است، حتی بزرگ ترین نقش را دارد و همواره حامی تولیدکنندگان و واردکنندگان است. بدون شک خدمات پس از فروش جامع و کامل، ضامن حفظ کیفیت و اعتبارسنجی کالاهای تولیدی و وارداتی است.