

معیارهای ارزیابی «نتیجه» و «تجربه» خدمت

- 1- **دسترسی:** آیا خدمت در زمان و مکان راحت با کمترین معطلی ارائه می شود؟
- 2- **تداوم:** آیا خدمت قابل اتکاء بوده و مداوم است؟
- 3- **قابل اعتماد بودن:** آیا کارکنان و شرکت خدماتی قابل اعتماد هستند و می توان به آنها اعتماد کرد؟
- 4- **ایمنی:** آیا خدمت بدون مخاطره و ریسک خواهد بود؟
- 5- **درک و شناخت مشتری:** آیا انتظارات و اولویت های مشتریان را می شناسید؟
- 6- **شایستگی:** آیا کارکنان دارای مهارت و دانش لازم هستند؟
- 7- **ارتباطات:** آیا خدمت بطور روشن و درست توضیح داده شده است ؟
- 8- **عوامل محسوس:** عوامل محسوس خدمت تا چه اندازه درست اداره می شوند مانند ظاهر کارکنان، دکوراسیون و محیط و ابزارها ؟

گام های اساسی در بازاریابی خدمات

1- تعریف و تعیین مأموریت و رسالت خدمات بطور موثر

- در چه کسب و کاری هستیم و باید باشیم؟

2- بخش بندی یا تقسیم بازار و تعیین بازار هدف

- مخاطبان خدمات ما چه بخشهایی از بازار هستند؟

- بازار هدف ما کدام است؟

3- ایجاد جایگاه و منزلت سازی خدمات

- شناسایی شایستگی ممتاز، مزیت‌های ویژه و مکمل، استمرار خدمات درست، خوشنامی

4- تنظیم آمیزه بازاریابی خدمات

- انطباق عناصر آمیزه بازاریابی خدمات با شرایط بازار و ارزشهای مورد نظر مشتریان

5- تهیه و تنظیم طرح های بازاریابی خدمات

- فراهم آوردن برنامه های عملیاتی و اجرائی برای عرضه خدمات مفید و موثر

6- ایجاد سازمان خدماتی مشتری گرا

- برقرار کردن فرهنگ سازمانی مناسب برای ارائه خدمات برتر و اهمیت دادن به کیفیت خدمات

راهنمای فروش خدمات

1- ایجاد ارتباط نزدیک و حضوری

- در بسیاری موارد، ارتباط شخصی و نزدیک بیش از خدمت، در فروش موثر است که دلیل آن برآورده ساختن نیازهای روانی (توجه به مشتری) است.

عوامل مهم: ارتباط با افراد در کلیه سطوح و حفظ ارتباط برای فروش های آتی و معرفی مشتریان جدید.

2- برخورد حرفه ای

- کلید موفقیت خدمات، اطمینان خریدار از توانائی فروشنده و در ارائه نتایج مطلوب است.

عوامل مهم: صلاحیت و آگاهی، قدرت ارائه، دلسوزی و مشکل گشائی، مشاوره و راهنمائی و برخورد حرفه ای در خدمات است.

3- فروش غیر مستقیم

- یکی از روش های فروش خدمات، روش فروش غیر مستقیم است.

عوامل مهم: مشاوره و راهنمائی، مشکل شناسی و مشکل گشائی، خدمات قبل از فروش، ارائه خدمات اولیه عالی و ارزان برای فروش خدمات اصلی در آینده

راهنمای فروش خدمات

4- ساخت و حفظ ذهنیت و تجسم مناسب

- شهرت و اعتبار سازمان های خدماتی در فروش خدمات بسیار مهم می باشد و باید افکار عمومی را با درستی عمل به سوی خود جلب کرد.

عوامل مهم: تبلیغات درست، معرفی و شناساندن خود با شیوه های مناسب

5- فروش خدمات به شکل «مجموعه»

- خدمات را بصورت بسته خدمات تهیه و عرضه کنید.

عوامل مهم: فروشندگان خلاق، پرورش و تامین خدمات جانبی و تکمیلی

برنامه ارائه خدمات به مشتریان

1- انتظارات مشتریان را درک کنید.

- اولویت ها و ارزش های مورد نظر مشتری.
- خواسته ها و نیازهای خاص.

2- مشتریان را طبقه بندی و اولویت بندی کنید.

- مشتریان اصلی و محوری.
- مشتریان در حال رشد.
- سایر مشتریان.

3- اهداف خدمت را تعریف کنید.

- شرکت را از رقبا متمایز سازد.
- برای مشتریان قابل درک و ارزشمند باشد.
- انعطاف پذیر باشد.
- قابل دستیابی باشد.

برنامه ارائه خدمات به مشتریان

4- در تمامی سطوح سازمان تعهد به ارائه خدمت ایجاد کنید .

- خدمت همگانی و همیشگی است.
- همه خدمتگذار و تاثیر گذارند.

5- خدماتی بیش از انتظارات مشتری ارائه دهید.

- نارضایتی \rightarrow انتظارات مشتری $<$ دریافت خدمت.
- رضایت \rightarrow انتظارات مشتری $=$ دریافت خدمت.
- خشنودی و رضایت کامل \rightarrow انتظارات مشتری $>$ دریافت خدمت.

6- برای ارائه خدمت ساختار مناسب و بنیادی بوجود آورید.

7- پرورش کارکنان جدی بگیرید.

- گزینش.
- آموزش.
- حمایت.
- انگیزش.
- سنجش.

برنامه ارائه خدمات به مشتریان

8- رضایت مشتریان را اندازه گیری کنید.

- نظر سنجی از مشتریان خود و رقبا.
- تعیین شاخص رضایت مشتریان خود.
- تعیین میزان رضایت مشتریان رقبا.
- مقایسه، علت یابی و پاسخگوئی.

9- مشتریان ناراضی (شاکی وساکت)را شناسائی کنید.

- تحقیقات نشان میدهد که 25 درصد مشتریان معمولاً ناراضی هستند.
- 95 درصد مشتریان ناراضی شکایت نمی کنند.

انتظارات مشتریان از سازمانهای خدماتی

بانکها

- ❖ سرعت
- ❖ دقت
- ❖ احترام به مشتری و برخورد خوب
- ❖ خدمات متنوع
- ❖ راهنمایی و مشاوره

بیمارستان ها

- ❖ سرعت رسیدگی
- ❖ تماس منظم
- ❖ خوش رفتاری
- ❖ هزینه مناسب
- ❖ مسئولیت پذیری پرسنل
- ❖ دقت

انتظارات مشتریان از سازمانهای خدماتی

شرکتها اطلاع رسانی

- ❖ سرعت
- ❖ صحت
- ❖ دقت
- ❖ تنوع
- ❖ نحوه ارائه و طبقه بندی کردن اطلاعات
- ❖ نحوه برخورد
- ❖ آگاهی و دانش کافی
- ❖ راهنمایی و مشاوره

دانشگاه ها و مراکز آموزشی

- ❖ سرعت
- ❖ دقت
- ❖ کیفیت
- ❖ هزینه
- ❖ خوشنامی
- ❖ نظم

انتظارات مشتریان از سازمانهای خدماتی

شرکتهای بیمه

- ❖ صداقت
- ❖ سرعت
- ❖ تعهد
- ❖ سهولت
- ❖ ارتباط منظم

شرکتهای پستی

- ❖ تحویل به موقع
- ❖ سالم بودن محموله
- ❖ اشتباه نکردن
- ❖ راهنمایی
- ❖ محل توزیع

انتظارات مشتریان از سازمانهای خدماتی

رستورانها و اغذیه فروشی ها

- ❖ نحوه برخورد
- ❖ سرعت
- ❖ کیفیت
- ❖ ارائه سالم و درست
- ❖ قیمت
- ❖ مسئولیت پذیری پاسخگوئی

عوامل و عناصر نظرخواهی برای تعیین و بررسی شاخص رضایت مشتریان

1- محیط و محل ارائه خدمت

- موقعیت جغرافیائی
- تمیزی و ظاهر مناسب
- ساعت کار
- علائم و تابلوهای راهنما

2- نحوه برخورد با مشتریان

- ادب
- احترام
- توجه به مشتری
- راهنمایی و کمک رسانی و مشکل گشائی
- آرامش و متانت
- نظم و انضباط
- مشاوره
- آگاهی و تسلط به کار

عوامل و عناصر نظرخواهی برای تعیین و بررسی شاخص رضایت مشتریان

3- ویژگیهای خدمت

- تنوع خدمات
- به روز بودن و کیفیت خدمت
- قابل دسترس بودن
- خدمات ویژه و اضطراری
- سرعت و سهولت در ارائه خدمت
- هزینه و قیمت
- مهارت، شایستگی و آمادگی کارکنان
- شور و شوق و دلسوزی کارکنان
- درستی و اطمینان
- تداوم خدمات
- متمایز بودن خدمات
- استاندارد
- ضمانت

راه های افزایش ارزش خدمات

1- انعطاف پذیر باشید

خود را با نیازها و شرایط بازار و مشتریان وفق دهید.

2- شکایا و انتقاد پذیر باشید

مشتریان ممکن است انتظاراتی داشته باشند که یا در بیان آن عاجز هستند و یا خارج از امکانات شما می باشند و به همین دلیل ضمن حفظ خونسردی خود تحمل پذیرش انتقادات بجا و بیجای آنها را داشته باشید.

3- با مشتریان خود صمیمی و صادق باشید

هر اندازه ارتباط شما با مشتریان بیشتر و نزدیکتر باشد، امکان ایجاد رضایت مشتری بیشتر خواهد بود. با مشتریان خود با محبت و صمیمیت و صداقت برخورد کنید تا به شما وفادار بمانند.

4- مشاور و راهنمای مشتری باشید

مشتری یک نیازمند است. در برخورد با یک نیازمند باید بکوشید تا ضمن ارائه اطلاعات و راهنمایی های لازم، مشاور خوبی برایش باشید، تا در موقع نیازمندی شما، پاسخگوی رفتار مناسب شما باشد.

5- تسهیلات مناسب برای مشتری فراهم کنید

سعی کنید تا با ارائه تسهیلات بیشتر و بهتر از رقبا، آرامش و آسایش بیشتری برای مشتری فراهم گردد.

صفات و ویژگیهای «خدمت» و «خدمتگزاری»
در بازاریابی خدمات

خ: خوش رفتاری ، خلوص نیت ، خادم بودن

د: درستکاری، دلسوزی، دانایی

م: مردم داری ، مسئولیت پذیری، مشکل شناسی

ت: تأثیرگذاری ، توانمندی، تحول گرایی

منابع

- تکنیک های کاربردی بازاریابی نیل راسل جونز
بازاریابی و مدیریت بازار کمال کمالی
اصول بازاریابی و مدیریت بازار علی صنایعی
بازاریابی خدمات هلن وودروف
اصول بازاریابی و خدمات کریستوفر لاولاک

www.drroosta.com
www.amirkabir.net
www.irandoc.ac.ir
www.irannetbook.com
www.pmedh.persianguig.com