

# آموزش به پرسنل

## شیوه‌های آموزش به پرسنل

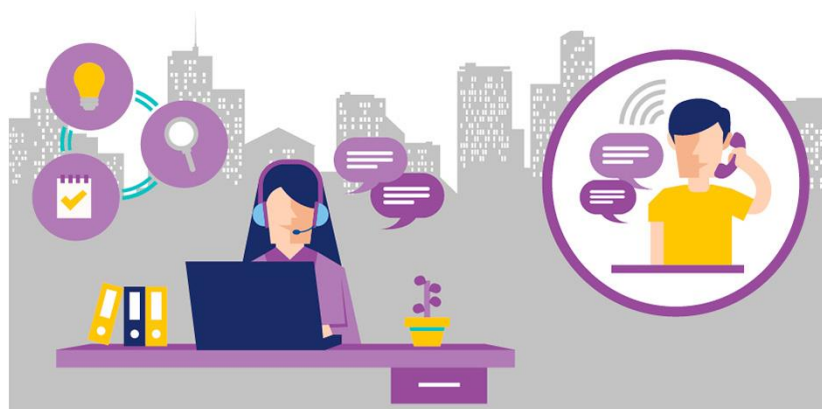
بعد از استخدام کارمندان، باید آنها را برای کار آماده سازیم و چگونگی انجام کار را توضیح و آموزش دهیم . شیوه‌های آموزش پرسنل شامل آموزش گروهی و طولانی و آموزش کوتاه، آموزش عمومی و آموزش شخصی، آموزش روزانه و ... می‌باشد. و مدیران سازمان باتوجه به فاکتورهای مهارت‌های فردی کارمندان کار مناسب و مختص را به آنها محول می‌کنند.

## فاکتورهای مهارت‌های فردی کارمندان

فاکتورهای مهارت‌های فردی کارمندان در سازمان شامل مدیریت استرس، مدیریت زمان، مهارت‌های ارائه، خلاقیت و حل مسئله و خدمات به مشتریان می‌باشد. ما در اینجا به چگونگی انجام خدمات به مشتریان می‌پردازیم.

## خدمات مشتریان چیست؟

امروزه خدمات مشتریان فقط در بخش‌های کوچک سازمان محدود نشده است بلکه کل سازمان از مدیران عالی گرفته تا کارآموز سازمان همگی در برآورده کردن نیازهای مشتریان موجود و بالقوه نقشی برعهده دارند. حتی اگر فردی در شرایطی باشد که نتواند به طور مستقیم نیازهای مشتریان را رفع کند، می‌تواند از کارمندانی که به طور مستقیم خدمات می‌دهند را حمایت و پشتیبانی کنند. در نتیجه خدمات به مشتریان شامل فرآیند است برای تامین رضایت مشتریان.



چگونه بهترین نوع خدمات به مشتریان را انتخاب کنیم؟

بسته به نوع مشاغلی که در حال فعالیت هستند، انواع مختلفی دارد، مانند: تعامل فردی، تماس تلفنی، چت آنلاین، ایمیل، سیستم‌های خودپرداز و ... . چند ویژگی اصلی وجود دارد که باید موقع تصمیم‌گیری آنها را در نظر بگیریم تا مطمئن شویم که از مشتری مناسبی پشتیبانی می‌کنیم.

### مدیریت روابط با مشتری

مدیریت ارتباط با مشتری همان عامل اصلی موثر در تکرار خرید یک مشتری است که در نهایت باعث افزایش رضایت مشتری خواهد شد. رضایت مشتری در واقع یک رابطه دوطرفه‌ی قوی و محکم است که بین یک سازمان (برند تجاری) و مشتری برقرار می‌شود و آن رابطه منجر به وفاداری مشتریان، تکرار خرید و عدم خرید از رقبای یک کسب و کار می‌شود.

رضایت مشتری یک اصطلاح در بازاریابی است که از حس و نگرش مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت یک برند که از آن استفاده کرده است. رضایت مشتری یکی از ابزارهای مهم در فعالیت بازاریابیست و با بررسی واکنش مشتری نسبت به محصولات و خدمات ارائه شده که در واقع در رفتار بلندمدت او نمایان می‌شود، می‌توان فهمید که آیا باعث جلب رضایت مشتری شده‌ایم یا نه. ارتباط با مشتری در کنار کیفیت محصول و خدمت یک برند می‌تواند عامل تاثیرگذاری در جلب و حفظ رضایت مشتری باشد. کیفیت جزو مفاهیم اصلی در یک کسب و کار است، که با تجربه مشتری، تغییر و بهبود درک مشتری از محصول و خدمت تغییر می‌یابد و نکته‌ی قابل توجه آن است که در واقع رضایت مشتری می‌تواند باعث وفاداری بلندمدت آنها به محصولات و خدمات سازمان و یا کسب و کار شود.

در چند سال اخیر به واسطه گسترش تکنولوژی و فناوری‌های روز که سایت‌ها و کارخانه‌های بدون نیروی کارگر را ایجاد شده است و همچنین وجود رقبای زیاد در یک حوزه از بازار، باعث افزایش نسبت عرضه به تقاضا شده است، که تنها راه فروش بیشتر جلب بیشتر رضایت مشتری می‌باشد.



بهترین روش‌ها برای ارائه‌ی خدمات به مشتریان

- ۱) کار گروهی
- ۲) گوش کردن و به اشتراک گذاری
- ۳) پشتیبانی دوستانه و مودبانه
- ۴) صادق باشید
- ۵) بهبود همدلی
- ۶) دانش عمیق نسبت به محصول
- ۷) به موقع بودن
- ۸) شناسایی راه‌هایی برای بهبود فرایندها



## اهمیت خدمات مشتری

خدمات مشتری دارای اهمیت است زیرا باعث افزایش وفاداری مشتریان، افزایش میزان پولی که مشتری می‌دهد، افزایش تعداد دفعاتی که یک مشتری از شما خریداری می‌کند و افزایش تبلیغ دهان به دهان سازمان می‌شود.

دلایل بسیاری برای مهم بودن خدمات به مشتریان وجود دارد، از جمله: درک نیازها و خواسته‌های مشتری، بااحترام برخورد کردن با آنها، عمل کردن به وعده‌هایی که داده‌اید، به شکایات و مرجوعی‌ها رسیدگی کردن باکمال میل، فراتر رفتن از انتظارات مشتری، از تمام منابع و وقت استفاده کردن برای کمک به مشتری. همه‌ی این رویکردها باعث می‌شود که مشتری احساس ارزشمندی کند که درواقع از این طریق وفاداری آنها بیشتر خواهد شد.