

## مدیریت شکایت مشتریان



برنامه ریزی، اجرا و کنترل کلیه معیارهایی که شرکت در زمان مواجهه با شکایت انجام می دهد. **مدیریت شکایت مشتریان** سیستمی متشکل از دستورالعمل ها، رویه ها و ساختارها برای تثبیت و تقویت روابط با مشتریان و حل مشکلاتی که به وجود آمده است و این فرایند با خط مشی های بعد از فروش ارتباط نزدیکی دارد و از آن به عنوان بخش مهمی از سیستم مدیریت کیفیت یاد می شود.

### فرآیند مدیریت شکایت مشتریان

برای درک وظائف و فرایندی که اصولاً در نظام مدیریت شکایت مشتریان می باید دنبال شود درک و تحلیل رفتار گروه های مختلف مشتریان شاکی بسیار مفید خواهد بود. به لحاظ رفتاری می توان مشتریان شاکی را در ۳ گروه طبقه بندی نمود:

- **گروه یک:** مشتریان ناراضی هستند که شکایت نمی کنند. (۴۵ درصد مشتریان شاکی)
- **گروه دو:** مشتریان ناراضی را در بر می گیرد که شکایت می کنند اما بعداً از شکایت خود دست می کشند (۵۰ درصد مشتریان)

- **گروه سه:** مشتریانی هستند که شکایات خود را مطرح و این شکایت به مدیران عالی منتقل می‌گردد. (۵ درصد مشتریان)

بر اساس طبقه بندی فوق یکی از اقدامات مهم نظام مدیریت شکایت مشتریان تشویق مشتریان به طرح شکایت و کشف نارضایتی است.

سازمان ها می باید کانال های ارائه شکایت را به آسانی در دسترس مشتریان قرار دهند تا به درستی به شکایت آنها رسیدگی شود و با توجه به اطلاعات آنها به طور سیستماتیک به تجزیه و تحلیل شکایت بپردازد.

### وظایف سیستم مدیریت شکایت مشتریان

**مهمترین وظایف سیستم مدیریت شکایت مشتریان به شرح زیر خواهد بود:**

- ترغیب مشتریان به ارائه شکایت
- جمع آوری داده های مربوط به شکایت
- رسیدگی به شکایت
- بازخورد و تجزیه و تحلیل شکایت

### اصول مدیریت شکایت مشتریان

مدیران فروش و نمایندگان فروش موفق **شکایت مشتریان** را فرصت هایی برای کسب پیشنهادات جدید می‌دانند.

جان دی راکلفر می‌گوید: "من همیشه کوشیده ام هر فاجعه ای را در زندگی ام به یک فرصت بدل کنم"

گر نارضایتی مشتریان را تبدیل به رضایت کنید میزان وفاداری آنها به شما بسیار بیشتر از مشتریانی خواهد بود که از اول از شما راضی بوده اند .

برداشت اشتباه نکنید که اول مشتری را ناراضی کنید بعد رضایت او را جلب کنید تا وفاداری آنها به شما بیشتر شود در این شرایط بخش زیادی از آنها برای محصول و خدمات شما جایگزین جدید پیدا می‌کنند .



آدرس سایت: modamcrm.com

شماره تماس: ۰۲۱-۲۸۴۲۱۶۰۸

شماره تماس و واتس آپ: ۰۹۰۳۹۱۵۱۰۷۵

فروشنده موفق می داند که در مقابل اعتراض مشتری چگونه رفتار کند. اگر شرکت شما مشتری ناراضی ندارد نشانه این نیست که شما خوب هستید و خودتان را گول نزنید حتی موفق ترین شرکت ها هم مشتریان ناراضی دارند.

### چند اصل مهم در مدیریت شکایت مشتریان را فراموش نکنید

1. هر شکایت یک فرصت برای بهبود است.
2. مشتری حق دارد شکایت کند
3. شکایت مشتری نباید هیچ تغییری در خدمت رسانی به مشتری بدهد.
4. یک واحد رسیدگی به شکایات در سازمان خود درست کنید و محل رسیدگی به شکایات باید به مشتریان معرفی گردد
5. رسیدگی به شکایات مشتری همیشه در اولویت باید قرار گیرد.
6. آیین نامه شیوه رسیدگی به شکایات مشتریان را در سازمان خود تصویب کنید
7. فردی را برای رسیدگی به شکایات انتخاب کنید که بسیار آرام و تیپ های شخصیتی را شناسد.
8. به نمایندگان رسیدگی به شکایت در سازمان خود اختیار کامل دهید تا بتواند به راحتی شکایات مشتریان را حل کند.
9. دریافت شکایات را به عنوان بخشی از فرهنگ سازمانی خود نهادینه کنید.
10. با مشتری شاکی همدلی کنید و نشان دهید که شرایطش را درک می کنید.
11. از باز خور منفی و مثبت باید استقبال شود
12. فرد شاکی محرمانه می ماند
13. به شکایت کننده باید اطمینان داده شود که به شکایت او رسیدگی خواهد شد
14. ccm باید با اهداف، مأموریت و استراتژی های شرکت پیوند داشته باشد
15. فرهنگ مشتری گرایانه در شرکت ایجاد و تشویق گردد

برای مطالعه بیشتر و بهتر درباره شکایات مشتری می توانید کتاب راهنمای مدیریت شکایات مشتری؛ نوشته آنجلینا بودن و ترجمه دکتر فرشید عبدی که توسط «مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام)» منتشر شده است را مطالعه کنید.

