

انتقاد های سازنده مشتریان در رونق کسب و کار



گروه شرکتهای آرک

نرم افزارهایی مطمئن، هوشمند و کارآمد



انتقاد های سازنده مشتریان در رونق کسب و کار

مقدمه:

به تحلیل واحد روابط عمومی گروه شرکت های آرک: انتقادات مشتری سازمان ها خدمات و کسب و کارها از نگاه ریز بینانه دارای مزایا های بسیاری است، و در پی این مطلب این سوال مطرح میشود که: فواید انتقاد مشتریان از کسب و کار چیست؟ پاسخ این سوال را با یک نمونه از کسب و کار در حیطه ی رستوران آغاز می کنیم؛ بعنوان مثال: مردم، همیشه دوست دارند غذا خوردن در رستوران های جدید را تجربه کنند و این روزها، افراد، پیش از صرف غذا در یک رستوران، درباره آن خوب تحقیق می کنند. به اینترنت رفته و پس از اندکی جستجو درباره موقعیت جغرافیایی، منو و ساعات کار رستوران، به نقدها و گزارش های آنلاین دیگر افراد سر میزنند، تا از نظرات این افراد آگاه شوند. این قضیه در مورد دیگر کسب و کارها هم صادق است.

شایان ذکر است که شما، به عنوان مدیر یک بنگاه اقتصادی، باید بدانید که گزارشات آنلاین در جذب و دفع مشتریان احتمالی تاثیر بسزایی دارند. انتقادات آنلاین به سادگی می توانند وجهه و اعتبار رستوران شما را مخدوش کنند یا حتی به تعطیلی کسب و کار شما منجر شوند. شما به عنوان مدیر باید بدانید چگونه نسبت به نقدهای منفی واکنش نشان دهید. بسیاری از مدیران، یا از تاثیر این انتقادات بر کسب و کار خودو چگ.نگی پاسخگویی به این انتقادات بی خبرند. سه واکنش رایجی که افراد هنگام مواجهه با یک گزارش منفی از خود نشان می دهند، از این قرار است:

نادیده گرفتن انتقادات

یکی از رایج ترین واکنش های مدیران نسبت به انتقادات، نادیده گرفتن آنها به این امید است که شاید بتوانند از آن جان سالم به در ببرند، اما فراموش نکنید که حتی اگر خودتان این نقدها را نادیده بگیرید، هنوز بخش قابل توجهی از حقیقت بر همگان آشکار است. نقدهای منفی نه تنها دیدگاه مشتریان فعلی و آینده شما را نسبت به رستوران مخدوش می کند، بلکه ممکن است بر جنبه های مختلف کسب و کار شما نیز تاثیر منفی بگذارد. بدتر از همه اینکه، راهی برای شمارش مشتریان از دست رفته وجود ندارد و شما هرگز نخواهید فهمید که چند نفر از مشتریان احتمالی خود را به دلیل انتقادات آنلاین از دست داده اید و اصولاً یک مشتری ناراضی میتواند رای چندین مشتری را بر حسب دیدگاه منفی خودش مخدوش کند.



انتقاد های سازنده مشتریان در رونق کسب و کار

صورت مساله را پاک می کنند

برخی مدیران نظرات افرادی که این نظرات را منعکس می کنند، کم اهمیت جلوه می دهند یا در برابر گزارشات منفی، حالت تدافعی می گیرند. بدون شک، کسب و کارهایی که این رویکرد را انتخاب می کنند، ممکن است، مدتی سوژه رسانه ها شوند و نام آنها بر سر زبان ها باشد و به اعتقاد بسیاری، این یعنی تبلیغات رایگان؛ اما فراموش نکنید که مشتریانی که قصد دارند رستوران جدیدی را امتحان کنند، برای تصمیم گیری به دنبال نظرات و تبلیغات موثق و معتبرند. از طرفی، واکنش تدافعی یعنی نادیده گرفتن بازخوردهای مشتریان که این خود در بلندمدت، استراتژی هوشمندانه ای نیست.

هوشمندانه و منطقی پاسخ می دهند

بسیاری از رستوران ها، هنگام مواجهه با مشتریان ناراضی، آرامش خود را حفظ می کنند. آنها با رویکردی بی طرفانه؛ به تمام شکایات مشتریان گوش کرده و می کوشند تا این شکایات را درک و حل و فصل کنند، و از نقدهای منفی در جهت اصلاح عملکرد خود بهره می گیرند. این رویکرد مناسب ترین روش پاسخ دهی به انتقادات است. روش هایی که به بهترین شکل میتوان با گزارشات منفی آشنا شد و با پاسخگویی مناسب به آنها از عواقب منفی آن جلوگیری کرد، به شرح زیر است:

۱- کانال های دریافت بازخورد یا نظرخواهی فوری

اگر امکان مطرح شدن، انتقادات و پیشنهادات مشتریان موجود نباشد، آنها مجبور می شوند، نظرات خود را از طریق اینترنت به گوش شما و سایر مشتریان برسانند. و در صورتیکه شما کانال هایی برای دریافت «فوری» بازخورد از مشتریان ایجاد نکنید، به مرور و در سایه همین انتقادات، اعتبار شما در دنیای مجازی زیر سوال خواهد رفت. شما باید نظر و میزان رضایتمندی مشتریان خود را دانسته و به پیشنهاد های آنها گوش دهید و هرگز با آنها بحث نکنید. یکی از موثرترین کانال های ارتباطی، فرم «تماس با ما» در سایت است. معمولاً این فرم ها شامل نام، نام خانوادگی، آدرس ایمیل و محل درج پیام هستند. اما شما می توانید یک گام جلوتر بروید و شماره تلفن و آدرس ایمیل را نیز در دسترس کاربران سایت قرار دهید تا کاربران بتوانند از شما پاسخ دریافت کنند.



انتقاد های سازنده مشتریان در رونق کسب و کار

۲- پاسخ سریع و به موقع

زمانی که از طریق یکی از کانال های ارتباطی (ایمیل، تلفن، فرم نظرسنجی یا...) از سوی مشتریان نظر یا انتقادی دریافت کردید، باید در اسرع وقت به آن پاسخ دهید. اگر به موقع به نظرات مشتریان پاسخ دهید، آنها احساس می کنند که برایشان ارزش قائلید و خالصانه سعی در رفع کاستی ها دارید. اگر پاسخگوی انتقادات مشتریان نباشید، آنها جای دیگری را برای طرح شکایات خود پیدا می کنند.

۳- پاسخگویی به شکایات های آنلاین

فرض کنید که به رغم رعایت دو نکته بالا، یکی از مشتریان شما در یکی از شبکه های اجتماعی یا سایت از شما انتقاد کرد. چه واکنشی نشان می دهید؟ خوشبختانه در اغلب این سایت ها، اطلاعات تماس مشتری وجود دارد. اگر امکان تماس با مشتریان وجود داشت، باید از این فرصت استفاده کنید و به تمام نظرات، اعم از مثبت و منفی پاسخ دهید. از کسانی که از شما تعریف کرده اند، تشکر کنید. به مشتریان ناراضی نیز این اطمینان را بدهید که مشکلات را رفع خواهید کرد. آنها نیز اگر در کلام شما صداقت ببینند، ممکن است نظرات منفی خود را از سایت ها پاک کنند.

۴- در نظر گرفتن امتیازاتی خاص برای مشتریان ناراضی

در حوزه بازاریابی دیجیتال، راهکاری هوشمندانه است که هدف آن حفظ همه مشتریان باشد، حتی آن دسته از مشتریانی که از شما انتقاد کرده اند. می توانید برای مشتریان ناراضی امتیازاتی قائل شوید، مثل ۱۰ درصد تخفیف، طوری رفتار نکنید که مشتری احساس کند دارد با شما معامله می کند. هدف شما از ارائه امتیازات این نیست که او انتقاد خود را از اینترنت پاک کند. هدف این است که مشتری ناراضی، دوباره در چرخه مشتریان قرار بگیرد.

۵- شکایت و گزارشات منفی اجتناب ناپذیرند

به یاد داشته باشید، نمی توانید جلوی گزارشات و انتقادات مشتریان در فضاهای مجازی را بگیرید. تنها راه ممکن، مدیریت انتقادات و پاسخگویی به آنها است. شما نمی توانید همه مشتریان را راضی نگه دارید. معمولاً، سوء تفاهم ها اتفاق می افتند و گاهی نمی توانیم انتظارات یکدیگر را برآورده کنیم. ممکن است کاربران تصور کنند که نظرات درج شده واقعی نیستند یا کسب و کار مربوطه، برای دریافت نظرات مثبت، به کاربران باج داده است. علاوه بر نکاتی که ذکر شد، بهتر است چند مورد



انتقاد های سازنده مشتریان در رونق کسب و کار

دیگر را نیز در نظر داشته باشید. بازخوردهایی که دریافت می کنید فرصتهایی هستند که کمک می کنند عملکرد خود را بهبود ببخشید. جلب رضایت مشتریان، دریافت بازخورد مثبت از آنها و کسب اعتبار میان آنها یک استراتژی بازاریابی بلندمدت است. سپس مشتریان می توانند به شما اعتماد کنند تا اوقات خوشی را برای آنها، دوستان و خانواده هایشان رقم بزنید.



با در اختیار داشتن آخرین و مهمترین مقالات و اخبار روز دنیا در حوزه های مالی، مدیریت، منابع انسانی و فناوری، و نیز بهره مندی از دوره های آموزشی رایگان و اطلاع از آخرین بخشنامه ها و اطلاعیه های مالیاتی و ... تنها یک کلیک فاصله دارید.
در خبرنامه آرک عضو شوید.