

مشتری‌مداری، یکه از رموز خلق ارزش و سودآوری بنگاه‌های اقتصادی

مشتری‌مداری، رکن اول

با توجه به اینکه آهن اسفنجی یک محصول میانی در زنجیره فولاد است و مشتریان شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر نیز خود تولیدکننده هستند، مهمترین فاکتورهای مورد نظر مشتریان این شرکت، عوامل تاثیرگذار بر پایداری تولید، کیفیت و هزینه تمام‌شده محصول نهایی آن‌ها به شمار می‌آید. بنابراین، عواملی همچون تامین پایدار، حداقل فاکتورهای شیمیایی و فیزیکی آهن اسفنجی به عنوان ماده اولیه، قیمت و همچنین زمان تحویل آن، مهمترین شاخص‌هایی هستند که برای اغلب مشتریان و شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر اهمیت دارند و این شرکت بر روی بهبود این موارد متمرکز شده است.

شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر برای دستیابی به اهداف والای خود در کسب‌وکار، سعی کرده است که رضایت مشتریان را در بالاترین سطوح کسب کند. بهترین رویکرد برای رسیدن به چنین مقصودی، اشاعه و ترویج فرهنگ مشتری‌مداری و رفتار بر اساس آن است. این مقوله مفهومی بسیار ساده دارد و ایجاد آن به این معنا است که تجربه مشتری (CX) به عنوان اصلی‌ترین بخش اهداف و ارزش‌های سازمان قرار گیرد. بنابراین، اتخاذ رویکردی مبتنی بر مشتری‌مداری واقعی، نیازمند چیزی بیش از استخدام یک تیم پشتیبانی ماهر و کارآموده است. به عبارت دیگر، سازمان باید مشتری‌مداری را به عنوان فرهنگی جامع در کل سازمان خود به کار بگیرد. برای انجام چنین کاری، لازم است که اهداف و رویکردهای سازمان کاملا شفاف‌سازی شوند، زیرا رویکردی مبتنی بر مشتری‌مداری برای کسب‌وکار تأثیری به مراتب بیشتر از بالا بردن سطح رضایت مشتری دارد.

وقتی صحبت از فرهنگ مشتری‌مداری به میان می‌آید، بسیاری از افراد فقط به تیم امور مشتریان سازمان فکر می‌کنند، اما ایجاد و اجرای این فرهنگ تنها بر عهده کارمندان این بخش نیست و لازم است که تمرکز بر این موضوع سرلوحه ارزش‌های اصلی سازمان خود قرار گیرد. بر همین اساس، شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر مشتری‌مداری را به عنوان اولین و مهمترین ارزش در سند اهداف استراتژیک خود قرار داده است. مدیران این شرکت از نحوه عملکرد خود و تاثیر آن بر فرهنگ مشتری‌مداری و نتایجی که از آن حاصل خواهد شد اطلاع کافی دارند و در نتیجه انگیزه و ابزارهای لازم را برای ترویج چنین فرهنگی در اختیار خواهند داشت. بنابراین، سازمان بین عملکرد کارکنان و نتایج فرهنگ مشتری‌مداری ارتباط برقرار کرده است و آن را به طور مداوم پیش و دنبال می‌کند.

بخش مدیریت بازاریابی و فروش شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر نیز به سخنان مشتریان گوش می‌دهد و در طول تعاملات معمول، بازخورد آن‌ها را جویا می‌شود. در این بخش پیشنهادهای و انتقادهای مشتری ثبت می‌شود و بررسی منظم آن‌ها را در اولویت کار قرار می‌گیرد. ساده‌ترین راه برای ارزیابی کلی احساسات مشتری این است که به صورت شفاهی از او سوال شود که آیا از سازمان، محصولات و خدمات ارائه‌شده رضایت دارد یا خیر؟ به علاوه، این روش می‌تواند برای گردآوری پیشنهادات و ارائه بازخوردهای سازنده نیز بسیار مفید باشد. در واقع شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر با استفاده از

سحر لشکری: در دنیای کسب‌وکارهای امروز توجه به مقوله رضایت مشتریان و مشتری‌مداری، یکی از رموز خلق ارزش و سودآوری بنگاه‌های اقتصادی به شمار می‌آید. با توجه به این مسئله، شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر نیز فرهنگ مشتری‌مداری را سرلوحه فعالیت خود قرار داده و تمرکز خود را روی بهبود و ارتقای پارامترهای موثر بر رضایت مشتری از جمله قیمت و کیفیت محصول را معطوف کرده است. این شرکت که از بزرگترین تولیدکنندگان آهن اسفنجی کشور به شمار می‌آید با اتخاذ چنین رویکردی و با استفاده از شاخص‌های سنجش همواره رضایت مشتری را مورد ارزیابی و پایش قرار می‌دهد. این مسئله نه تنها سودآوری شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر را تضمین می‌کند، بلکه منجر به کسب رضایت و افزایش وفاداری مشتریان شرکت می‌شود. در این شرکت استانداردهای «ISO 10004» و «ISO 10002» به منظور سنجش رضایت و مدیریت شکایت مشتریان مستقر شده‌اند که شرکت را در بهبود رضایت و خشنودی مشتریان یاری می‌رسانند.

با پیچیده شدن محیط بیرونی سازمان‌ها در سال‌های اخیر، تولیدکنندگان صنعتی تنها راه دوام در عرصه پر رقابت کنونی را، داشتن روابط طولانی‌مدت با مشتریان صنعتی خود و رابطه مبتنی بر همکاری و ارائه راهکارهایی برای ایجاد وفاداری در آنان می‌دانند. بنابراین، با توجه به ماهیت خرید و معامله در حجم و ابعاد گسترده، در روابط بین‌بنگاهی (B2B)، پاداش و سود عظیم برای آن دسته از تامین‌کنندگانی خواهد بود که در ایجاد، حفظ و نگهداری مشتریان وفادار خود بکوشند. رضایت مشتری بازگشت سرمایه را تضمین می‌کند و باعث سودآوری می‌شود.

در دنیای کسب‌وکار، هرگز نباید مقوله رضایت مشتری را نادیده گرفت، زیرا این مقوله از جمله عوامل موثر در موفقیت یا شکست هر کسب‌وکاری به شمار می‌رود و دنبال کردن رضایت خریداران تلاش برای بهبود آن، برای ایجاد مشتریانی وفادار امری ضروری است. اگر سازمان به رضایت مشتریان خود اهمیت ندهد، نباید انتظار داشته باشد که آن‌ها به محصولاتشان توجه و علاقه نشان دهند. جذب خریدار جدید و تبدیل آن به مشتری، نه تنها فرآیندی پرهزینه‌تر از حفظ مشتریان فعلی، بلکه به مراتب دشوارتر است. بنابراین، بهتر است، بنگاه اقتصادی هنگام سازماندهی و مدیریت امور مربوط به خدمات، این امر را به خاطر بسپارد و بهترین رسیدگی و توجه ممکن را به مشتریان خود داشته باشد. در چنین شرایطی، مشتریان راضی، تحت تاثیر پیشنهادات و تخفیفات ارائه شده توسط رقبا قرار نمی‌گیرند و با کمال میل، مجدداً با سازمان ارتباط برقرار می‌کنند و خرید خواهند کرد.

رضایت مشتری با میزان درآمد بنگاه اقتصادی نیز رابطه مستقیمی دارد. نظرات و احساسات مثبت یا منفی مشتریان در مورد نام تجاری بنگاه بر سود حاصل از تجارت، تکرار معاملات، ارزش چرخه عمر مشتری و یا بر نرخ از دست رفتن مشتری تأثیری بسزا خواهند داشت. اعتقاد مدیران ارشد شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر این است که سود، در واقع جایزه و تشویقی است که این شرکت برای حمایت از مشتری و ایجاد یک محیط انگیزه‌آفرین برای کارکنانش دریافت می‌کند.