

משוב מלקוחות החברה – אבני היסוד להצלחה

מנשה כהן הביט במעטפה וחיך. על גבי המעטפה נכתב: "לכבוד משפחת כהן", ומתחתן – "האנשים החשובים ביותר בחברה".

לא הייתה זו הפעם הראשונה שבה חיך, כשראה את המילים הללו. הרומן של משפחת כהן עם "גלגלי ההצלחה" התחיל לפני שנה בדיוק. אשתו אמרה לו כי הגיע הזמן לקנות רכב חדש. כבן-זוג נאמן הקשיב לה, ויחד עמה (אפשר אחרת?) נכנס ליבואנית הרכב "גלגלי ההצלחה" וביקש לשמוע פרטים נוספים על אודות הרכב שבחר. כבר בהתחלה הרגישו משהו שונה בחברה זו. נציגת שירות הלקוחות ישבה מולם, ועל כוס קפה ביקשה מהם לענות על כמה שאלות. מטרתה, לדבריה – "להתאים עבורם את הרכב המתאים ביותר". הם השיבו בנימוס לכל השאלות, ושמחו לגלות כי הרכב המתאים ביותר עבורם הוא רכב אוטומטי בעל נפח בינוני וארבע דלתות.

לאחר שהזמינו את הרכב, שילמו ולחצו ידיים, התבקשו להיכנס אל מנהל הסניף. הוא ביקש מהם לענות לו על כמה שאלות, שמטרתן "לשפר את השירות הניתן על-ידי החברה". אם יסכימו לענות – הבטיח – יקבלו שי קטן.

בסוף השיחה הודה להם ומסר להם מעטפה קטנה, ועליה כתובות המילים "לאנשים החשובים ביותר בחברה".

הם חייכו מעט ופתחו את המעטפה. בתוכה היה זוג כרטיסים ליוון. הם שמחו על ההפתעה, ושמחו עוד יותר כשהרכב נמסר לידם.

שלושה חודשים לאחר שקיבלו את הרכב התקשר נציג החברה, וביקש לדעת אם הכול כשורה. הנציג הזכיר להם את מועד הטיפול הקרוב ואת מספר הטלפון לכל בעיה אפשרית.

הרכב היה מצוין, ושירת את משפחת כהן בנאמנות רבה כל אותה שנה ללא כל תקלה רצינית (הפנצ'ר בגלגל לא נחשב).

במעטפה, שבה הביט כעת מנשה כהן, היה מכתב נוסף, ובו פנייה אישית של מנכ"ל החברה. הוא הדגיש כי

החברה שמה לה למטרה לשפר את השירות כל העת; וביקש מהם לומר מה דעתם על הרכב: האם היו בעיות מיוחדות? האם היו מרוצים מהשירות שניתן להם עד כה? וכן מקום להערות שלהם. מובן שלמעטפה צורפה עוד מעטפה, ועליה כבר היה מודבק בול.
הם לא חשבו פעמיים ומילאו את השאלון, ואפילו צירפו מכתב תודה.
למותר לציין כי משפחת כהן סיפרה לכל חבריה ומכריה על החברה הנפלאה, שבה קנו את מכוניתם.

ויש גם מסקנות

האנשים החשובים בחברה הם ללא ספק לקוחותיה.

כדי להתייחס לכותרת הזו לא רק כסיסמה, אלא כדבר שיש בו ממש, יש צורך לזכור:

נהגו בלקוחות שלכם בדיוק כפי שהייתם רוצים שינהגו בכם.

התייחסו ללקוחות החברה כ"אנשים חשובים" בשלוש נקודות זמן:

לפני ביצוע העסקה. זכרו: המשימה החשובה של הפיכת הלקוחות למרוצים מוטלת עליכם.

תוך כדי ביצוע העסקה. זכרו: אין לנהוג בלקוחות כדבר מובן מאליו, אלא יש צורך לדאוג להם כל העת.

אחרי העסקה. זכרו: זוהי נקודת הזמן האמיתית, בה בודק הלקוח את המוצר, הרעיון או השירות אשר קיבל מכם.

זכרו: טופסי שביעות רצון, משוב, סקרים ואחרים נועדו בעיקר לאפשר לנו את השירות לדעת אם הלקוחות מרוצים, וכן פרטים נוספים.

התייחסו לאותם משובים שקיבלתם מהלקוחות ברצינות. למדו מה חושב עליכם הלקוח – ממה הלקוחות מרוצים, ומה טעון תיקון – ופעלו בהתאם.

זכרו: יש לזכות באהדת הלקוח בכל פעם מחדש.