

## رادیو اقتصاد - مشتری مداری

گوینده: گفتگوی ما با آقای محمدپیام بهرامپور مربی و مدرس سخنرانی و فن بیان و پاسخ به این سوال:

آیا واقعا همیشه حق با مشتریست؟!

آقای بهرامپور خواهش میکنم بفرمایید.

بهرامپور: بله. خب این قید همیشه را آورید مسلما جواب من خیر است.

یعنی همیشه حق با مشتری نیست. گاهی اوقات حق با مشتری هست و گاهی اوقات حق با مشتری نیست. این

یک جواب خیلی کوتاهه اما اگر بخواهیم توضیح بدهیم

گوینده: در صورتی که حق با مشتری نیست اونوقت باید چه جور با مشتری برخورد کنیم و چیکار کنیم که مشتری

را از دست ندهیم

بهرامپور: بله متشکرم. خب اول اگر موافق باشید اصلا راجع به این صحبت کنیم که چه زمانهایی حق با مشتری

نیست واقعا؟

تمایل دارید اول راجع به این صحبت کنیم و بعد دلیلش را بیایم بگیم که چه راهکارهایی وجود دارد؟

گوینده: بله خیلی هم خوب است.

بهرامپور: مسلما زمانهایی هست که مشتری یک سلیقه خیلی خاص داره و مثلا شما ۱۰۰۰ تا مشتری داشتید هیچ

کدوم این نظر رو نداشتند اونوقت یک مشتری میاد یک نظر خاص داره خب اونجا احتمالا حق با مشتری نیست

یعنی ما اگر به حرف اون مشتری گوش بدیم و مثلا اون سرویسی که داریم ارائه میکنیم، اون فروشی که داریم رو

بخواهیم تغییر بدیم هزار مشتری ناراضی خواهیم داشت، فقط برای جلب نظر یک مشتری پس اولین مسئله این

هست که باید ببینیم عموم مشتریها چه درخواستی دارند اگر اون درخواست یک مشتری به بقیه آسیب نمی‌رسونه

چقدر خوبه که رعایتش بکنیم ولی اگر نه یک موقع درخواستها در تعارض هست و مثلا درخواستی که من دارم

باعث میشه هزار مشتری دیگه از اون شرکت ناراحت بشند خب مسلما اونجا حق با مشتری نیست.

اگر تعهدی نداده باشیم قبلا! یه موقع تعهد دادیم که داستان دیگری هست.

و مسلما یک مورد دیگر زمانی هست که از شما یک کار غیر اخلاقی و یا غیر قانونی بخواهند یا خلاف اون عرفی که

اونجا وجود داره. خیلی وقتها دیدیم توی بانک افرادی هستند میان داد و بیداد میکنند که کارشون را راه بندازند

من چند وقت پیش بود دقیقا این اتفاق را دیدم.

یک آقای اومد بانک، اول گفت که این کار من را انجام بدید گفتن این کارتون اینجا انجام نمیشه باید برید فلان

شعبه. گفتن خیر انجام نمیشه! اونجا حق رو به مشتری ندادند. مشتری یواش یواش صداشو زیاد کرد، زیاد کرد،

زیاد کرد، شروع شد به داد و فریاد و اون موقع کارش رو انجام دادند!

به نظر من این بانک بدترین کار ممکن انجام داد چرا چون تمام مشتریانی که اونجا بودیم فهمیدیم آهان اگه

کارمون راه نیفته باید صدا را ببریم بالا!

گوینده: پس متوجه میشیم اون کار اونجا انجام میشده و حق با مشتری بوده...

دقیقا همینطور هست. اگر کاری میشه باید انجامش داد چرا داریم خودمون و دیگران رو اذیت می‌کنیم.

من یک مثالی همیشه میزنم. من میگم فرض کنیم مشتری، مادر نامزدمون است!

اون وقت چطوری بهش سرویس میدیم؟! خدمات میدیم؟! مسلما با بهترین حالت ممکن این کار را انجام می‌دهیم و

دیگه کار نداریم حالا آیا اینکار باعث زحمت هست برامون یا نه؟ تمام اون خدمات را ارائه میکنیم اگر واقعا بتونیم

این کار را انجام بدیم. خب اصلا بخواد دعوایی شکل بگیره و اینها شرایطش وجود نداره.

حالت سومی هم وجود داره که درخواست مشتری باعث بهم ریختن کارمندان اون مجموعه میشه یعنی مثلاً یک مشتری یک خواهشی داره که باعث میشه سه نفر از کارمندان اصلاً بگند اگر این درخواست بشه ما اینجا حضور پیدا میکنیم و واقعا درخواست خیلی عجیب غریبی باشه.

این هم به شرکت ما آسیب میزنه و مسلماً نباید حق رو بدیم به مشتری و یه سری شرایطی که همه ما میدونیم کدام زمان حق با مشتری نیست اما چیکار کنیم وقتی حق با مشتری نیست؟ چیزی که شما ابتدا صحبت فرمودید...

حالا حق با مشتری نیست چطور جوابش را بدیم؟

مسلماً اولین کار این هست که باید به اون شخص دلیل را بگیم که چرا این اتفاق میفته، که چرا حق با شما نیست یا چرا نمیتونیم این درخواست شما را بپذیریم. یک دلیل باید دلیل قانع کننده‌ای باشه چون اگر قانع کننده نباشه پس دلیل نیست یک بهانه هست که ما داریم میاریم. بعد از اون بهش یه راهکار بدیم. خب حالا الان چیکار کن.

به عنوان مثال تو همون بانک حالا من مثال بانک میزنم و به هر جای دیگه میشه تعمیم داد.

اون شخص باید میگفت چرا ما اینکارو اینجا انجام نمیدیم و بعد حالا شما الان چیکار کن.

الان اگه می‌خواهی بری اونجا سریع‌تر از این مسیر برو یا تا اون ساعت هستند یه راهنمایی کوچکی به شخص بکنیم که شخص احساس نکنه ما داریم اون رو از خودمون باز میکنیم. متوجه بشه که براش احترام قایل هستیم و برامون مهم هست که ما می‌خواهیم کارش راه بیفته درسته که از ما کاری ساخته نیست اما میتونیم حداقل راهنمایی‌ش بکنیم. این حداقل کاری هست که ما میتونیم انجام بدهیم.

گوینده: خب توی خیلی از کشورها فضای حق با مشتری هست یا نیست یا اگر نیست چگونه باهاش بخوایم برخورد کنیم خیلی گسترده تر از کشور ما هست. ما یک مقدار محدودتر هستیم نسبت به اون کشور های دیگر یا اون برند ها و خدماتی که پس از فروش ارائه میکنند. صاحبان کالا به مشتریانانشان که اصلاً میگن من به شما تضمین میدم که این کفش پای شما را نخواهد زد و اذیت نمیکنه و اگر اتفاق افتاد شما رفتید و این کفش پاتو زد یا ناراحت کرد یا به هر شکلی، هر مشکلی داشت ولو اینکه پوشیده باشی من پس میگیرم.

اما تو کشور ما اگر شما بخواید کفش رو پاتون بکنید و اون اتفاق بیفته و بخواید ببرید دیگه ازتون پس نمیگیرند! اگر شما هنگام خرید یک لباس متوجه نشید که این خوردگی داره، زدگی داره یا اینکه نخ کش شده است و اون رو خریداری کنید ببرید منزل و آنوقت متوجه شوید بخواید برگردونید دیگه صاحب کالا از شما پس نمیگیره ولو اینکه شما از در مغازه خارج شده باشید دوتا مغازه اونطرف همون کالا را ببینید همون جنس را ببینید با همون کیفیت ولی ارزان تر و برگردید و بهشون بگید که چرا گرو تر به من فروختید پس شما این رو از من پس بگیرید من از اونجا خرید کنم باز از شما پس نمیگیرند...

بهرام پور: واقعیتش این هست که این موضوع دو تا دلیل داره:

**دلیل اول که دلیل تلخی هست نبود فضای رقابتی در کشور ماست.** اگر واقعا یک رقابت جدی و سالم وجود داشته باشه توی خیلی از بسترهای مختلف خب مسلماً دیگه اون فروش به ارایه دهنده خدمات جرات نمیکنه که چنین رفتار هایی را بروز بده چون میدونه دیگه این آخرین خرید ما از اون شخص خواهد بود ولی وقتی رقیب نباشه من با خیال راحت هر کاری دلم بخواد یا اینطوری بگم هربلایی دلم بخواد سر مشتری میارم. پس اولی متأسفانه میشه بحث نبود رقابت.

**اما دومین مورد تقصیر خود فروشنده هاست که دید بلند مدت ندارند.** مشتری رو کسی می بینند که لحظه ای وارد مغازه میشه میاد خرید میکنه و میره تمام.



در صورتی که مشتری را اگه بخواهیم بزرگتر و کلان تر ببینیم میتونیم خیلی دید وسیع تر و مفیدتری به این موضوع داشته باشیم. به عنوان مثال خیلی از شرکت های خارج از ایران هستند، فروشگاه های زنجیره ای هستند که گارانتی دارند.

محصول را بعد یک مدت مشخصی اگر خوشتون نیومد وجهش رو تحویل میده و محصول رو و پس میگیرد. خب حتی جالب بود توی یک فروشگاه یی یک آقای با اصرار اومد یک زنجیر چرخ رو به یک فروشگاه پس داد که اصلا اون فروشگاه بعدا تو گزارش هاش نگاه کرده بود که ما چنین زنجیر چرخ را هیچ وقت نیاوردیم ولی همین یک کار کوچک باعث شد چقدر تبلیغات خوب برای شرکت انجام بشه. زنجیر چرخ را پس گرفتند که اصلا نفروخته بودند. این نگرانی ما هست که اگه گارانتی بگذاریم مشتری میاد پس میگیره پولش رو و ما بیچاره میشیم.

اگه اجازه بدید تجربه شخصی خودم رو بگم که من دقیقا توی محصولات آموزشی خودم این گارانتی را گذاشتم و هیچ شرطی هم نگذاشتم گفتم تا مدت شش ماه اگر حتی خوشتون نیومد شما میتونید این رو پس بگیرید. جالبه فروشم سه برابر شد و چه درصدی از مخاطبین پولشون رو پس گرفتند؟

فقط ده درصد! یعنی من ده درصد را از دست دادم ولی فروشم سه برابر شد. ۳۰۰ درصد رشد را داشتم.

**فقط باید زمانی اینکار رو انجام بدهیم که به کیفیت کارمون مطمئن هستیم.** وقتی مطمئن باشیم خب دلیلی برای پس گرفتن پول وجود نداره و فقط اعتماد مشتری لحظه خرید بیشتر میشه. من حتما توصیه میکنم این گارانتی را داشته باشند دوستان اگر محصول شون مطمئن هستن اگر نیستن بهتره محصول یا خدماتشون را اول تقویت کنند. خواهند دید چقدر روی فروش خودشون و اعتماد مشتری و جذب مشتری بلند مدت بهشون کمک میکنه.

گوینده: وقتی که مشتری خاطر جمع باشه از خریدی که داره انجام میده که دارای تضمین هست و این فروشنده، این صاحب کالا پس از اینکه این کالا را به من فروخت و من پول را بهش پرداختم کردم و وارد صندوقش شد دوباره قابل برگشت به من هست یک تاثیر روانی خوبی رو میپذیره و باتوجه به اون تاثیر روانی خوب که پذیرفته و اینکه ما ایشون رو ثابت میکنیم، سرمایمون رو ولو اینکه در یک مقطع کوتاهی اگر بخواهیم هزار تومن هم ضرر بکنیم با پس گرفتن یک کالا بنا به خواست مشتری میدونیم که آن مشتری سالهای بعد همچنان برای ما باقی خواهد بود و برای ما تبلیغ خواهد کرد. دوباره برمیگرده و دوباره بیشتر از ما خرید میکنه چون به ما اعتماد کرده است.

سپاسگزارم از شما آقای محمدپیام بهرامپور مدرس و مربی سخنرانی و فن بیان

شبتون بخیر و خدانگهدار

بهرامپور: متشکرم خدانگهدار