

به نام او
که هستی هم از اوست

۱۰۱ تکنیک

ساده و سریع برای جذب و حفظ مشتری

رنه ایونسون

مترجم

مهندس امیر توفیقی



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

Evenson, Renée

اونس، رنی، ۱۹۵۱ - م

۱۰۱ [صدویک] تکنیک ساده و سریع برای جذب و حفظ مشتری / نوشته رنه ایونسون؛ ترجمه امیر

توفیقی. -- تهران: رسا، ۱۳۸۵.

۲۶۴ ص.: مصور.

ISBN 978-964-317-648-7

فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

Customer Service Training 101: Quick and easy
techniques that get great results, c2005

عنوان اصلی:

۱. خدمات مشتری. ۲. مشتری‌شناسی. ۳. آموزش حین خدمت. الف. توفیقی، امیر، ۱۳۵۸ - ، مترجم.

ب. عنوان.

۶۵۸/۸۱۲

HF ۵۴۱۵/۵/الف

۱۳۸۵

م ۸۵-۱۳۷۸۶

کتابخانه ملی ایران

بایبلیو حقوق دیگران احترام بگذاریم

دوست عزیز، این کتاب حاصل دست‌نویس چندین ساله مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرشرعی و کسب درآمد از دست‌رنج دیگران است. این عمل نادمه در زندگی پیامدهای ناگواری دارد و موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و ایجاد محیطی ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵-۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵

WWW.RASABOOKS.IR

عنوان: ۱۰۱ تکنیک برای جذب و حفظ مشتری

نویسنده: رنه ایونسون — مترجم: امیر توفیقی

چاپ هفتم: ۱۴۰۲ — تیراژ: ۲۰۰ نسخه

کلیه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است.

مرکز توزیع: پخش رسا - تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ تومان

فهرست

۷	تقدیر و تشکر
۹	مقدمه مترجم
۱۱	شروع
۱۵	توصیه‌هایی برای مربی
۲۵	توصیه‌هایی برای دانشجویان

بخش اول: ارائه کردن بهترین چهره ممکن

۳۷	فصل اول: برداشتن گام‌های کوچک: مسائل
۴۴	گام اول: برداشت اولیه مهم است
۴۷	گام دوم: ادب و نزاکت اهمیت دارد
۵۰	گام سوم: همه چیز در رفتار و طرز برخورد نهفته است
۵۴	گام چهارم: کار درست را انجام دهید و به مسائل اخلاقی پایبند باشید
۵۹	نکات کلیدی
۶۰	تمرین‌های درسی
۶۱	در این باره بیاندیشید
۶۳	نقل قول‌هایی موجز

۶۵	فصل دوم: رد و بدل کردن توپ: ارتباط مؤثر
۷۲	گام اول: آن چیزی را بگویید که در نظر دارید و به آن عمل کنید
۷۵	گام دوم: چیزهایی که گفته نمی‌شوند: ارتباط غیرکلامی
۷۸	گام سوم: کنار هم چیدن لغات: استفاده از دستور زبان

گام چهارم: مطرح کردن سؤالات درست و دادن پاسخ‌های مناسب

۸۰	به سؤالات مطروحه.....
۸۵	گام پنجم: وقتی که مشتری «نه» می‌گوید.....
۸۸	گام ششم: گوش دادن به شکل فعال.....
۹۲	نکات کلیدی.....
۹۴	تمرین‌های درسی.....
۹۶	در این باره بیاندهشید.....
۹۸	نقل قول‌هایی موجز.....

فصل سوم: پریدن به داخل با هر دو پا: ایجاد رابطه

۱۰۸	گام اول: برقراری ارتباط گرم و صمیمانه.....
۱۱۲	گام دوم: تعامل مثبت با مشتری‌ها.....
۱۱۵	گام سوم: مشخص کردن نیازهای مشتری‌ها.....
۱۱۸	گام چهارم: ایجاد حس ارزشمند بودن در مشتری.....
۱۲۰	گام پنجم: حفظ روابط موجز.....
۱۲۲	گام ششم: حرکات متفاوت: اداره کردن انواع مختلف مشتری‌ها.....
۱۲۸	نکات کلیدی.....
۱۳۰	تمرین‌های درسی.....
۱۳۲	در این باره بیاندهشید.....
۱۳۴	نقل قول‌هایی موجز.....

بخش دوم: قرار دادن مشتری‌ها در اولویت اول

فصل چهارم: نگاه کردن به طور مستقیم: تماس‌های رودرو

۱۴۵	گام اول: سلام کردن: خوش آمدگویی به مشتری.....
۱۴۸	گام دوم: بین سلام و خداحافظی: کمک کردن به مشتری.....
۱۵۱	گام سوم: خداحافظی کردن: به پایان رساندن تعامل با مشتری.....
۱۵۶	نکات کلیدی.....
۱۵۷	تمرین‌های درسی.....
۱۵۸	در این باره بیاندهشید.....
۱۶۰	نقل قول‌هایی موجز.....

فصل پنجم: لبخند زدن در هنگام گفت و گو: تماس های تلفنی ۱۶۱

- گام اول: سراپا گوش بودن ۱۶۶
- گام دوم: سلام کردن: آغاز کلام ۱۶۸
- گام سوم: بین سلام و خداحافظی: کمک کردن به مشتری ۱۷۱
- گام چهارم: خداحافظی کردن: پایان کلام ۱۷۷
- نکات کلیدی ۱۸۱
- تمرین های درسی ۱۸۲
- در این باره بیاندیشید ۱۸۴
- نقل قول هایی موجز ۱۸۵

فصل ششم: سنجیدن جوانب امر پیش از آغاز کار:

تماس از طریق تجارت الکترونیک ۱۸۷

- گام اول: مشتری الکترونیکی چه انتظاراتی دارد؟ ۱۹۲
- گام دوم: اولین علامت «باز است» به در: در دسترس بودن ۱۹۵
- گام سوم: نوشتن همان چیزی که در نظر دارید: ارتباط از طریق پست الکترونیک ۱۹۸
- گام چهارم: سخن گفتن در سراسر جهان: بجا و احترام فرافرهنگی ۲۰۲
- نکات کلیدی ۲۰۴
- تمرین های درسی ۲۰۵
- در این باره بیاندیشید ۲۰۷
- نقل قول هایی موجز ۲۰۸

فصل هفتم: آرام کردن توفان: ارتباط با مشتری های دشوار ۲۰۹

- گام اول: چه اتفاقی افتاده است: علت شکایت مشتری را مشخص کنید ۲۱۶
- گام دوم: علت مسأله چه بوده است: علل اصلی بروز مشکل را مشخص کنید ۲۲۰
- گام سوم: چه کار می توان کرد: موقعیت را تصحیح کنید ۲۲۴
- گام چهارم: چه می توان گفت: مشکل به وجود آمده را بپذیرید ۲۲۹

۲۳۲	 گام پنجم: چه کاری باید انجام شود: نقاط ضعف را برطرف کنید
۲۳۷	 نکات کلیدی
۲۳۹	 تمرین های درسی
۲۴۳	 در این باره بیاندیشید
۲۴۵	 نقل قول هایی موجز

بخش سوم: جمع بندی کلی از کلیه مراحل

۲۴۹	 فصل هشتم: دویدن با تمام قوا: به جای خود، آماده، حرکت
۲۵۳	 مرجع سریع و مختصر آموزش نحوه ارائه خدمات به مشتری ها
۲۵۵	 فصل نهم: بهترین بودن: یک مجموعه کامل
۲۵۹	 نقل قول هایی موجز

مقدمه مترجم

به نام حضرت دوست که همه هر چه داریم از اوست

جهان امروز بار دیگر به جولانگاه انسان‌ها تبدیل شده است. در عصر صنعتی شدن، انسان جایگاه دوم را در جوامع مدنی پیدا کرده بود و جایگاه اول متعلق به ماشین‌ها، تجهیزات و فناوری. روزگار به سرعت سپری گشت، گردونه صنعت چرخید و چرخید و ابتکارات، محصولات و پیشرفت‌های شگرف روز به روز از لابه‌لای چرخ‌دنده‌های آن هویدا گشت. تا نوبت به روزگار ما رسید. عصر ما دیگر عصر صنعت نیست. چرا که تقریباً همه انسان‌ها - کم و بیش - حداقل در جوامع پیشرفته و رو به پیشرفت به امکانات مشابهی دسترسی دارند. عصر ما دیگر حتی عصر اینترنت و شبکه و کامپیوتر هم نیست چون دسترسی و برقراری ارتباط با آنها حتی از عهده بعضی از کودکان کم‌سن و سال هم برمی‌آید. سؤال اصلی در این عصر این است که با اینترنت، شبکه، کامپیوتر و هزاران هزار فناوری دیگر چه کاری می‌توان انجام داد؟ و این سؤالی است که کسی را یارای پاسخ دادن به آن نیست، مگر انسان.

این چنین است که دوباره بحث منابع انسانی به بحثی داغ تبدیل شده است و بزرگ‌ترین منابع کمپانی‌ها و سازمان‌ها را افراد آن قلمداد می‌کنند، نه تجهیزات و ماشین‌آلات - همچون عصر صنعتی شدن. منابع انسانی اهمیتی دوباره یافته‌اند و در این میان آنجا که بحث ارتباط با مشتری پیش می‌آید، این حساسیت و اهمیت دوچندان می‌شود چرا که هر دو سوی این معادله به انسان‌ها و روابط انسانی تعلق دارد.

از سوی دیگر و در اثر اهمیت یافتن مسائل انسانی، مسأله آموزش هم بسیار مد نظر کارشناسان و فرهیختگان بوده است و روش‌های نوین و فوق‌العاده‌ای در علم آموزش

مطرح شده‌اند و حتی این مسأله تاب‌دان‌جا پیش رفته که رشته‌های مختلف دانشگاهی در این حوزه تأسیس شده‌اند و استادان این رشته در این عرصه قلم‌فرسایی‌ها کرده‌اند. کتابی که پیش رو دارید از دو جهت کتابی است ارزشمند و گیرا. اول آنکه به موضوع مهمی چون مسأله ارتباط با مشتری‌ها و تلاش برای جذب و حفظ آنها می‌پردازد و دوم اینکه از روشی کاملاً تعاملی و جذاب برای ارائه مطالب استفاده کرده که حتی خواننده عام خود را هم جذب می‌کند و به این حوزه علاقه‌مند. کتاب رویکردی عام دارد و تا جایی پیش می‌رود که هر نوع تعامل انسانی در هر محیطی را به عنوان نوعی رابطه با مشتری مطرح می‌کند و حتی رابطه بیمار و طبیب را هم در قالب چنین ارتباطی به تصویر می‌کشد. علاوه بر این انواع مختلف روابطی که می‌توان با مشتری‌ها برقرار کرد - اعم از تماس حضوری، تلفنی و یا از طریق اینترنت - را هم مطرح کرده و راهکارهایی بدیع برای هر کدام از این موقعیت‌ها ارائه می‌نماید. مباحث انسانی در این کتاب در اولویت اول قرار دارند و به نوع رابطه برقرار شده با انواع متفاوتی از مشتری‌ها توجه خاص مبذول داشته می‌شود. مباحث موضوعات انسانی و ارتباطی کتاب به قدری جامع و جذابند که خواندن آن برای تمام افراد - حتی کسانی که در حوزه ارتباط با مشتری‌ها فعال نیستند نیز - توصیه می‌شود، چرا که نکات آن می‌توانند در روابط روزمره با دوستان و افراد خانواده نیز مفید فایده باشند.

در پایان بر خود لازم می‌دانم از مدیریت محترم انتشارات رسا - جناب آقای ناجیان - و کلیه دوستان و عزیزانی که در بخش‌های تایپ، طراحی، ویراستاری، نمونه‌خوانی، چاپ و توزیع این کتاب نقش مؤثر داشته‌اند تشکر و برایشان سلامتی و طول عمر از خداوند متعال مسئلت نمایم.

و من التوفیق

امیر توفیقی

بهار ۱۳۸۵