

پیشگفتار مترجمین

امروزه در محیط بسیار رقابتی، پیچیده و پویا در صنعت خدمات، کوچکترین تفاوت موجود در خدمات در کنار افزایش تقاضای مشتری منجر به نقل و انتقالات عظیم در صنعت می شود. در چنین شرایطی حفظ وفاداری مشتریان موجود بسیار حائز اهمیت است، زیرا به دست آوردن مشتریان جدید بسیار سخت تر و گران تر از نگهداری مشتریان موجود است، به طوریکه مطابق مطالعات صورت گرفته، هزینه ی جذب مشتریان جدید ۳۰۰ دلار و هزینه حفظ یک مشتری ۲۰ دلار در سال ۱۹۹۵ بوده است و این هزینه ها در سال ۲۰۰۴ به ترتیب برابر با ۳۰۰ دلار و ۲۵ دلار بوده است. هزینه های بالای جذب مشتری در مقایسه با هزینه های پایین تر ارائه خدمات به مشتریان موجود، و در نتیجه افزایش سود آوری، دلیل مهمی برای افزایش توجه به حفظ و بهبود وفاداری مشتری است که مهمترین ابزار شرکت برای حفظ و بهبود وفاداری مشتریان، کسب رضایت آنها است اما راضی کردن تمام مشتریان ممکن نیست و بی تردید هر شرکت قادر نیست همه چیز را برای همه کس فراهم کند. به عبارت ساده تر راضی نگاه داشتن همه برای یک شرکت امکان پذیر نیست پس شکی نیست که در هر حال و با هر سطحی از ارائه خدمات باز هم شکایاتی در بین خواهد بود.

شرکت ها باید در برخورد با این شکایت ها چه کاری انجام دهند؟ آیا می توان به حفظ وفاداری مشتریان شاکی امیدوار بود؟ چگونه؟ باید توجه نمود که تمام مشتریان ناراضی شکایت نمی کند و تنها درصد پایینی از آنها اقدام به شکایت می کنند و اکثر آنها ترجیح می دهند که تنها شرکت را ترک نمایند. جان دی راکلفر می گوید: "من همیشه کوشیده ام هر فاجعه ای را در زندگی ام به یک فرصت بدل کنم" که این امر می تواند در شکایت مشتریان رخ داده و آنها را به فرصت هایی برای شرکت تبدیل کند که این امر نیازمند برنامه هایی برای مدیریت شکایت مشتریان است.

کتاب "مدیریت شکایت مشتریان: ایجاد وفاداری مشتری از طریق بهبود خدمات" که به نوعی راهنمای مدیریت شکایت مشتریان است توسط سارا کوک مدیر عامل شرکت مشاوره ای استروی به رشته تحریر درآمده است. خانم سارا کوک دارای مدرک فوق لیسانس زبانهای مدرن از دانشگاه کمبریج و همینطور فوق لیسانس MBA می باشد. سارا کوک همکار انجمن خبرگان شخصی و بازاریابهای مجاز است. وی داور جوایز ملی خدمات

مشتری نیز می باشد. مدیریت شکایت مشتریان توصیه ی عملی، ابزارها و فنونی برای مدیران ارائه می دهد تا هنگام مدیریت شکایت هایی که به سازمان ارائه می شوند، آنها را به کار بگیرد. برای رسیدن به فرهنگ استقبال از شکایت ها، ارزش های زیربنایی، فرآیندها، ساختار، راهبرد و پرسنل درون سازمان همگی باید همسو و متوجه نیازهای مشتری باشند. بدین ترتیب، نه فقط چشم اندازهای بلندمدت برای خود شرکت بهبود می یابد، بلکه می تواند تاثیر غیرمستقیم فوق العاده ای از نظر روحیه بخشی و ایجاد تعهد در پرسنل داشته باشد. این کتاب متشکل بر یازده فصل می باشد. این یازده فصل با رهنمودهایی برای شناخت مشتریان شاکی و ابزارهای ارائه شکایت مشتریان شروع شده و در فصول اولیه پس از درک خواسته های مشتریان شاکی تلاش می شود که مهارت های مدیریت مشتری، تعامل با مشتری، رسیدگی کارآمد به شکایت ها و ثبت و بررسی جامع شکایت ها تشریح گردد. از فصول هشتم به بعد نیز به ایجاد بهبود، محیط مشوق عملکرد عالی و تغییر فرهنگ در نتیجه ی شکایت ها پرداخته شده است.

در کوششی که در تهیه این اثر شده است، دوستان زیادی محبت کرده و یاور ما بوده اند که ذکر نام همه آنها در این سطور غیر ممکن است. با این حال لازم است از زحمات جناب آقای مجید نیک مهر مدیر عامل محترم شرکت چاپ و نشر بازرگانی و همکارانشان تشکر و قدردانی نمائیم. همچنین از زحمات سرکار خانم مرجان عباسی که با مساعدت فکری خود موجبات غنای بیشتر این اثر را فراهم نموده اند بی نهایت تشکر می نمائیم. هر چند معتقدیم موفقیت واقعی آن است که این اثر مورد توجه مخاطبان خود قرار گیرد، امیدواریم که این کتاب برای اساتید، پژوهشگران، مشاوران، مدیران حرفه ای، دانشجویان و علاقمندان به مباحث مدیریت قابل استفاده باشد.

در پایان و با خشوع و فروتنی، مجدداً از همه عزیزان دیگری که محبت کرده و یاور ما بوده اند سپاسگزاری می نمائیم.

احمد روستا- سید حمزه خرم نسب

زمستان ۱۳۹۴