

## **PELANGGAN ADALAH BISNES!** **Bahagian dua (Tiga bahagian)**



**Dr. Ali Qassem**

[www.aliqasseminternational.com](http://www.aliqasseminternational.com)

Dalam bahagian pertama, saya telah menerangkan bahawa bagi mencapai perkhidmatan pelanggan cemerlang, perkara pertama adalah seluruh organisasi itu harus memahami bahawa memberikan perkhidmatan cemerlang bukanlah satu pilihan; ia adalah satu kemestian atau wajib. Organisasi pada keseluruhannya – bermula dari CEO – harus berarah, bertujuan dan berfokus dalam mewujudkan satu sikap dan budaya yang berpusatkan pelanggan.

Organisasi harus fokus dalam mewujudkan perkhidmatan pelanggan dalaman yang cemerlang. Pelanggan dalaman organisasi adalah orang yang bekerja untuk organisasi dan bergantung kepada organisasi untuk memberikan mereka upah, maklumat yang dikehendaki untuk menunjukkan prestasi dan kemahiran dalam

perkembangan kerja mereka. Pelanggan dalaman (pekerja) memerlukan jagaan yang sama seperti yang diberikan kepada pelanggan luaran. Jika tidak mereka tidak akan dapat memuaskan hati pelanggan luaran.

Mengenalpasti keperluan pelanggan adalah langkah kedua dalam perkhidmatan pelanggan cemerlang. Organisasi atau pemilik bisnes tidak boleh menggunakan pemikiran dan andaian sendiri untuk mengenalpasti keperluan pelanggan. Orang yang paling tahu tentang keperluan pelanggan adalah; pelanggan itu sendiri.

Kebanyakan masa, apa yang difikirkan dan dirasai oleh pelanggan adalah bertentangan dengan andaian organisasi. Setiap organisasi harus fokus kepada pertanyaan soalan kepada pelanggan dan mengambil tindakan susulan terhadap soalan-soalan yang dikemukakan oleh pelanggan, dan bukannya mencari penyelesaian atas andaian sendiri.

Organisasi seharusnya memberikan apa yang dikehendaki oleh pelanggan, bukannya apa yang difikirkan diperlukan oleh pelanggan. Ini boleh dijalankan melalui kajian, temubual, borang cadangan dan lain-lain cara lagi. Namun, kesemua yang dijalankan tidak akan berjaya sekiranya organisasi tidak mengambil tindakan susulan bagi memenuhi keperluan dan kepuasan pelanggan.

Keperluan pelanggan adalah dari banyak segi. Namun, terdapat 15 keperluan yang diterima secara global

dan harus dijalankan untuk mengekalkan pelanggan yang setia. Keperluan pertama adalah bantuan. Bagi saya definisi jualan dan penyediaan perkhidmatan adalah, "Satu proses membantu orang secara jujur, beretika, integriti, menyelesaikan masalah dengan menukarkan kepada sesuatu yang berharga."

Setiap pelanggan adalah pesakit yang memerlukan bantuan. Bagi seorang doktor, pesakit itu adalah pelanggan yang memerlukan bantuan. Doktor tersebut perlu memberikan pesakit itu satu penyelesaian atau sekurang-kurangnya meringankan kesakitan pesakit. Bagi pemilik restoran, seorang yang kelaparan atau dahaga adalah pelanggan yang perlu dibantu; makanan atau minuman. Bagi seorang mekanik, pemilik kereta adalah pelanggan yang memerlukan bantuan; pembaikan atau perkhidmatan, dan begitulah seterusnya kepada setiap bisnes.

Sesuatu bisnes harus menyediakan bantuan yang diperlukan kepada pelanggan sama seperti yang dilakukan oleh seorang doktor. Doktor tidak akan memberikan preskripsi tanpa memeriksa pesakitnya. Dia akan memeriksa pesakitnya, bertanyakan soalan, analisis dan seterusnya memberikan penyelesaian yang terbaik. Ini patut diambil sebagai contoh dan diaplikasikan oleh mana-mana jenis bisnes.

Keperluan kedua adalah maklumat. Pelanggan perlu mengetahui hampir segala-galanya tentang sebab mereka perlu berurusan dengan anda, bagaimana proses anda, manfaat yang boleh diperolehi dari produk atau perkhidmatan; bukannya dengan

menerangkan produk atau perkhidmatan itu berjam-jam. Mana-mana pelanggan hanya ingin tahu tentang – apa yang ada untuknya.

Tambahan pula, pada masa kini, maklumat tentang sesuatu produk atau perkhidmatan adalah mudah diperolehi oleh sesiapa sahaja. Dalam internet penuh dengan maklumat secara terperinci tentang segala-galanya; apa saja yang kita boleh namakan. Bila ada keperluan, pembeli akan mencari dan membaca maklumat yang ada tentang produk atau perkhidmatan yang mereka perlukan. Apabila tiba masanya untuk membeli, seseorang pembeli itu mempunyai lebih banyak maklumat tentang produk atau perkhidmatan itu berbanding dengan juru jual syarikat anda.

Keperluan yang ketiga adalah pilihan dan alternatif. Salah satu keperluan personaliti kita adalah kepelbagaian. Pelanggan perlu mempunyai lebih dari satu pilihan sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Namun, organisasi harus memberikan alternatif yang patut kepada pelanggan. Juru jual seharusnya selalu beringat bahawa pembelian pertama oleh pelanggan selalunya hanyalah satu percubaan.

Keperluan yang keempat adalah keadilan. Pernahkah anda telah membeli sesuatu barangan dan kemudiannya mendapati rakan anda membeli barangan tersebut dengan separuh harga ? Bagaimanakah perasaan anda ? Anda berasa ditipu, dan berasa tidak adil sama sekali.

Anda mungkin telah membeli sesuatu produk dan kemudian mendapati produk itu dijual dengan potongan harga 70% !

Itu sememangnya tidak adil. Dengan memberikan potongan harga hanya akan mendapat keuntungan untuk kali itu sahaja, tetapi tidak akan dapat mewujudkan pelanggan tetap.

Keperluan yang kelima adalah perkhidmatan berkualiti. Tidak kira apa jenis bisnes anda (dari menjual nasi lemak hinggalah korporat besar), sebagai pemilik, pengurus, eksekutif atau seorang pekerja biasa, anda harus memberikan satu perkhidmatan yang cemerlang kepada pelanggan anda. Jika tidak anda akan menghadapi masalah untuk terus kekal dalam dunia bisnes. Perkhidmatan berkualiti yang diberikan oleh organisasi haruslah berpatutan dengan harga yang dibayar oleh pelanggan.

Keperluan keenam adalah harga yang berpatutan. Harga sesuatu produk atau perkhidmatan haruslah menyamai perkhidmatan, kualiti dan nilai pasaran. Sekiranya harga sesuatu produk atau perkhidmatan itu adalah RM1000, juallah dengan harga itu. Anda mungkin ingin menjual dengan harga yang lebih tinggi, tetapi anda seharusnya ingat, jika anda berbuat demikian, jualan anda akan berhenti di sana sahaja. Pelanggan anda akan memberitahu kepada kesemua kenalannya, dan tidak ada orang akan mengurus niaga dengan anda lagi.

Keperluan ketujuh adalah kualiti. Kualiti sesuatu produk atau perkhidmatan haruslah yang boleh diterima dan yang boleh memuaskan hati pelanggan.

**Bersambung...**