

Rahsia Menambat Hati Pelanggan Bahagian dua



Dr. Ali Qassem

www.aliqasseminternational.com

Dalam artikel yang lalu, saya telah menerangkan bahawa organisasi seharusnya menumpukan perhatian kepada mewujudkan perkhidmatan pelanggan dalaman yang cemerlang. Pelanggan dalaman adalah orang-orang yang bekerja untuk organisasi yang juga membayar gaji mereka. Pelanggan dalaman ini memerlukan jagaan dan layanan yang sama seperti pelanggan luaran.

Mengenalpasti keperluan pelanggan adalah langkah kedua dalam mewujudkan perkhidmatan pelanggan cemerlang. Organisasi atau pemilik bisnes tidak boleh membuat 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.

Terdapat banyak jenis keperluan pelanggan dan mereka adalah berbeza dari banyak segi. Namun, terdapat 15 keperluan yang diterima secara global dan harus dijalankan untuk mewujudkan pelanggan yang setia.

Keperluan pertama adalah bantuan. Bagi saya definisi jualan dan penyediaan perkhidmatan adalah, "Satu proses membantu orang secara jujur, beretika, berintegriti, menyelesaikan masalah dengan menukarkan kepada sesuatu yang berharga."

Setiap pelanggan adalah pesakit yang memerlukan bantuan. Bagi seseorang doktor, pesakit adalah pelanggan yang memerlukan bantuan. Doktor tersebut perlu memberikan pesakit itu satu penyelesaian atau sekurang-kurangnya meringankan kesakitan pesakit. Bagi pemilik restoran, seseorang yang

kelaparan atau dahaga adalah pelanggan yang perlu dibantu; makanan atau minuman. Bagi seseorang mekanik, pemilik kereta adalah pelanggan yang memerlukan bantuan; pembaikan atau perkhidmatan, dan begitulah seterusnya kepada setiap jenis bisnes.

Sesuatu bisnes harus menyediakan bantuan yang diperlukan kepada pelanggan sama seperti yang dilakukan oleh seseorang 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 digunapakaikan oleh mana-mana jenis bisnes.

Keperluan kedua adalah maklumat. Pelanggan perlu mengetahui hampir segalanya tentang sebab mereka perlu berurusan dengan 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 jurujual syarikat anda.

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

Keperluan yang keempat adalah kesaksamaan. Pernahkah anda membeli sesuatu barangan dengan harga tertentu dan kemudiannya mendapati rakan anda membeli barangan yang sama dengan harga yang lebih murah ? 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 sekali 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, pegawai 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 tawaran harga yang berpatutan. Harga sesuatu produk atau perkhidmatan haruslah setimpal dengan perkhidmatan yang ditawarkan, 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 orang tidak 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...