

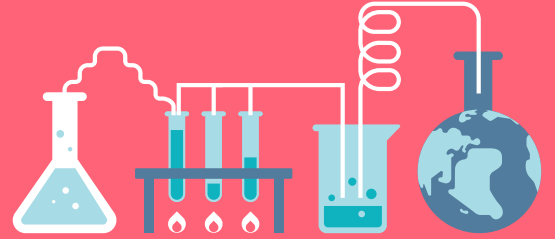
خدمة العملاء الرديئة تكلفك ضياع أعمالك

خدمة العملاء فرصة نادرة للغاية للتواصل العاطفي مع العملاء. ولا يمكنك فعل ذلك بأي طريقة أخرى. فإذا كنت تطمح إلى أن تبقى حاضراً في المجال التجاري على المدى الطويل، فعليك أن تسعى جاداً للقضاء على أي نقاط ضعف في مستوى خدمة العملاء. وعليك أن تعرف الأثر الحقيقي لرداءة خدمة العملاء وما يترتب على ذلك من آثار سلبية على ولاء العملاء ورضاهم.



وفقاً لمؤسسة جارتنر، فإن تجربة العملاء مع الشركة هي منبع التمايز المستدام وبمثابة ساحة معركة تنافسية جديدة.

وتقول مؤسسة ثينكجار (Thinkjar) للأبحاث أن 55% من العملاء على استعداد لدفع المزيد من المال لأجل تجربة جيدة مضمونة. وفي الوقت ذاته، فإن 86% من المستهلكين على استعداد لدفع المزيد من أجل تجربة متطورة. ويعد السفر الجوي وقطاع الضيافة مثالان يؤكدان أن تقديم تجارب أفضل يولد إيرادات إضافية ويعزز ولاء العملاء.



تجاوب العملاء مع مستوى الخدمة الرديء:

78% من العملاء أنهى علاقتهم بالشركة بسبب رداءة الخدمة.

61% من العملاء انتقلوا إلى المنافسين بسبب رداءة الخدمة.

75% من العملاء يرى أنهم يستغرقون وقتاً طويلاً قبل الوصول إلى شخص يتحدثون معه.

50% من وكلاء خدمة العملاء لا يجيب على أسئلة العملاء.

ووفقاً لشركة نيوفويس ميديا (New Voice Media) فإن 59% من الشريحة العمرية 25-34 عامًا من العملاء تعرضوا لمواقف سلبية مع خدمة العملاء عبر الإنترنت. و34% منهم انتقموا لذلك بنشر آراء سلبية عن الشركة عبر الشبكة العالمية.



من ناحية العلاقة بين العملاء والدعم الفني، يعتقد 75% أن الاتصال الهاتفي هو الوسيلة الأكثر فعالية للحصول على دعم سريع. بينما يتضايق 53% منهم عندما لا يتحدث إلى شخص معني على الفور.

خدمة العملاء الرديئة هي:

أوقات انتظار طويلة

موظفون غير متمرسين

خدمة ذاتية آلية

اهتمام ضعيف



تبلغ تكلفة رداءة خدمة العملاء

338.5 مليار دولار على مستوى العالم سنوياً.



يؤدي غضب العملاء إلى أن: 13% من العملاء يُخبرون 15 شخصاً أو أكثر بالتجربة السلبية. وفي المقابل، يتحدث 72% من العملاء مع 6 أشخاص أو أكثر بالتجربة الإيجابية.

الرجال عمومًا أقل صبراً من النساء. حيث يتوقع أكثر من 26% من الرجال أن يتم التعامل معهم في غضون 5 دقائق، بينما تعتقد ذلك نسبة 18% فقط من النساء.



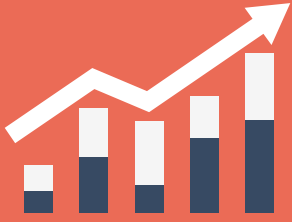


خدمة العملاء الجيدة هي:

الكفاءة
الراحة

التعامل الشخصي اللائق
سرعة الاستجابة

ووفقاً لمؤسسة كيسميتركس, Kissmetrics فإن 81% من المستهلكين على استعداد لمعاودة التعامل مع الشركة بعد تلقي خدمة جيدة.



تقول شركة بين آند كومباني في تقرير عن خفض التكاليف أن تحقيق 5% في مستوى الاحتفاظ بالعملاء يعني زيادة الأرباح بنسبة تصل إلى 125%.

تقول شركة جارتنر أن الشركات التي تعطي أولوية للعملاء تحقق أرباحاً أكبر بنسبة 60% من منافساتها.



بحلول العام 2020، سيدير المستهلك 85% من العلاقة مع الشركة من دون التعامل مع شخص بشري.

ووفقاً لمكتب البيت الأبيض لشؤون المستهلكين، فإن ولاء العملاء يتضاعف في المتوسط بمقدار 10 أضعاف مقارنة ببداية علاقة الشراء مع الشركة.



ويتزايد احتمال معاودة الشراء عند العملاء ذوي الولاء بمقدار 5 أضعاف، و5 أضعاف لاحتمال قبول الاعتذار، و7 أضعاف لتجربة عرض جديد، و4 أضعاف للتوصية بالشركة لدى الغير.



بحلول العام 2020، ستكون تجربة العملاء في صدارة مؤشرات التميز والاختلاف التجاري، يليها السعر ثم المنتج.

بحلول العام 2017، ستم إعادة توجيه 50% من مشروعات الاستثمار في المنتجات للابتكارات في تجربة العملاء.



كيف تضمن خدمة عملاء جيدة:



التواصل الشخصي مع العميل



تعيين موظفين أكفاء



تبني تطبيقات خدمة عملاء متقدمة



أن تكون الشركة سباقة في الاستجابة



توفير دعم متعدد القنوات

على الشركة التي تسعى للنجاح أن تتعد عن السلوك الذي محوره الشركة (قياس النتائج، والمزايا والقيمة على أساس معايير داخلية) وأن تتبنى السلوك الذي يضع محوره العميل (القيمة، والأمد الطويل، والمشاركة، والمضمون، والمنظومة، والخبرة).

المصادر:

هفنتون بوست: http://www.huffingtonpost.com/vala-afshar/50-important-customer-exp_b_8295772.html
موقع: <https://www.desk.com/success-center/bad-customer-service>
كيسميتريكس: <http://blog.kissmetrics.com/happy-campers>
بين آند كومباني: http://www.bain.com/Images/BB_Prescription_cutting_costs.pdf
والكر إنفو: <http://www.walkerinfo.com/customers2020/>
جارتنر: <http://blogs.gartner.com/jake-sorofman/gartner-surveys-confirm-customer-experience-new-battlefield/>
تمكين جروب: <https://experiencematters.wordpress.com/category/roi-of-customer-experience/>