

MÜŞTERİ HİZMETLERİ

Müşterisi olmayan firma için ciro ve dolayısıyla da kâr söz konusu olamaz. Bu yüzden müşteri ile iyi ilişkiler sürdürülememesi, firmanın en hayati sorunlarından biridir. Müşteri, biçimsiz, şekilsiz bir kitle değildir; kendilerine özgü kişilikleri, üstün nitelikli hizmetin ne olduğuna ilişkin kendi görüşleri olan, sınırları belirli, dar gruplardır.

Müşteri hizmetleri, müşteri memnuniyetini kazanmak ve muhafaza etmek için bir organizasyonun kullandığı faaliyetler bütünüdür.

Kuruluşların başarıya ulaşmaları için esas alacakları en önemli husus olan “müşteri tatmini esastır” ilkesi, kuruluşların tüm yönetim politikalarında ve organizasyon yapısının tüm kademelerinde, ana prensip olarak dikkate alınmalı ve uygulanmalıdır. Rekabet gücü müşterinin tatmin derecesine bağlı olduğuna göre, bütün örgütler müşteri odaklı olmalıdırlar. Tüm sistemler ve gelişim süreçleri, bu şekilde düzenlenmeli ve daha sonra örgütün bütün çalışanlarının amaç birliği yapmaları sağlanarak, rekabet güçleri artırılmalıdır.

Müşteri ile karşılıklı ilişkide bulunan kişilerin eğitilmiş, motivasyonu yüksek, deneyimli olması gerekmektedir. Bu durum, müşteri hizmetlerinin işletmelerde etkin olarak gerçekleştirilebilmesi için nitelikli iş görenlere, bunların hizmet içi ve dışı eğitimlerine, motivasyonlarının yüksek tutulmasına ve bunları sağlayacak liderlere ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Müşteri Hizmetleri Kalitesinin Yükseltilmesi

Müşteri hizmetleri kalitesinin yükseltilmesi, günümüzün bütün işletmeleri için müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önemli bir rol oynamakta ve büyük bir rekabet avantajı oluşturmaktadır. Son dönemin üzerinde en çok konuşulan kavramlarından birisi olan müşteri hizmetleri uygulamalarında, kalite düzeyinin nasıl yükseltileceği konusunda farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Müşteri odaklı yaklaşımlar, müşterinin maksimum memnuniyete ulaşması ve işletmeye bağımlı müşteriler kazanılmasını amaçlamaktadır.

Müşteri hizmetlerinde kalite, müşterilerin beğenisini ve sadakatini kazanmak için gerekenlerin yapılması demektir. Müşterilerin herhangi bir hizmetten duyacakları memnunluk büyük bir memnuniyetsizlikten, fazlasıyla memnun olmaya kadar değişen bir yelpazede olacaktır. Bazı müşterilerin çok memnun kaldığı hizmetler, bazıları tarafından dikkate değer bile bulunmayabilir. Bu ayrımı yapmak, hizmeti sunan işletmeye kalmaktadır. Müşterinin iyi veya kötü olarak kabul ettiği hizmete tepkisi çabuk ortaya çıkmaktadır. Oysa imalat sanayiindeki bir ürüne tepkisi gecikebilmektedir. Bir müşterinin hizmeti belli bir zaman sonra

nasıl deęerlendireceęi Őimdiden bilinmemektedir. Kaliteli hizmet sunumunun, műűteri açısından olduęu kadar iŐletme açısından da kazançları olacaęı açıktır.

Hizmet Kalitesi Standartları

Kaliteli bir hizmeti gerçekleŐtirebilmenin en önemli koŐullarından birisi, hizmet standartlarını oluŐturarak, bu standartların saęlıklı bir Őekilde yűrűtűlmesini saęlamaktır. DűŐuk kalitede hizmet ile yűksek kalitede hizmeti birbirinden ayıran en önemli fark da buradadır. Yűksek kaliteli hizmet standartları oluŐturulurken dikkat edilmesi gereken ilkeler Őunlardır:

1)Standartlar, tűm çalıŐanlar, hatta olabiliyorsa műűteriler tarafından planlanmalı ve űzerlerinde grűŐ birlięi saęlanmalıdır.

2)Standartlar, verilen hizmetler için, insani açıdan olabildięince műkemmele yakın belirlenmelidir.

3)Standartlar, tam olarak ve açık bir Őekilde yazıya dkűlmelidir.

4) Standartlar, műűteri istek ve gereksinimlerini karŐılıyor olmalıdır.

5) Standartlar, anlaşılabilir ve uygulanabilir olmalıdır.

6) Standartlar, űst yönetim tarafından desteklenmelidir.

7) Standartlar, iŐlemiyorsa ya da geçerlilięi kalmamıŐsa, deęiŐtirilmelidir.

8) Standartlara, gerektięi zaman yeni standartlar eklenmelidir.

9) Standartlar, kurumsal hedefleri yansıtmalıdır.

Hizmet Kalitesi Stratejik Eylem Planı

Műűterilere kaliteli hizmet sunumu ve bunun neticesinde memnuniyetin artırılması, belirli bir plan çerçevesinde yapılmalıdır. Bu plan, műűterileri kiŐisel olarak tanımaktan baŐlamaktadır. Műűteri isteklerinin tam olarak ve zamanında karŐılanması için bir hizmet politikası uygulanması gerekmektedir. Kaliteli hizmet vermek için eylem planı Őoyledir:

*Műűterinin kiŐisel olarak tanınması

*Műűteri ile ilgilenilmesi

*Műűterilere birey olduklarının hissettirilmesi

*Műűterilerin, iliŐkileri yönlendirmesine izin verilmesi

*Beklentilerin gerçeęe dnűŐtűrűlmesi

*Mazeret űretilmemesi

Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Odaklılık

İşletme yönetimlerinin sağlıklı bir müşteri potansiyeline, dolayısıyla uzun vadeli kârlılığın sürdürülmesine ilişkin bütün işlemlerinin odağında müşteri ve ona sunulacak hizmetin kalitesi bulunmaktadır. Müşteri odaklı düşünmek ve organizasyon yapısını bu yönde oluşturmak, işletmenin pazarlama, üretim, finans ve personelden oluşan temel fonksiyonlarının, müşteri ve müşteri memnuniyeti temelinde örgütlenmesi anlamındadır. Müşteri odaklılık, müşterilerin istek ve gereksinimlerinin işletmenin tüm faaliyetlerine yön vermesini ve tek bir hedef üzerinde odaklanmasını sağlamaktadır. Müşteri odaklılık, müşteri memnuniyetini getirir. Müşteri memnuniyeti, birinin istek, ihtiyaç ve beklentilerinin tamamen yerine getirilmesini kapsar.

Organizasyonun müşterinin sesini dinlemesi ve müşteri beklentilerini gerçekten karşıladığından emin olması önemlidir. Her zaman müşteri merkezli düşünmek gerekse bile, işe müşteriden başlamak gerekmeyebilir. Müşteri adına, onların henüz farkında olmadıkları yararları da düşünmek, müşteri merkezli düşünmenin kendisi olmaktadır. Müşteri beklentilerinin gerçekleştirilmesini sağlayan kalite düzeyinin yakalanması, müşteri memnuniyetinde anahtar rol oynamaktadır. Memnuniyetin sağlanması ise müşterinin işletmenin sunduğu hizmetlere sadık kalmasını, diğer bir ifadeyle satın alma işlemini sürekli kılmaktadır.

Müşteri Memnuniyeti Stratejileri

1) Müşteri Şikâyetlerini Dinleme: Müşteri şikâyetleri, birçok işletme yöneticisi tarafından istenilmeyen bir durum olmakla birlikte, esasen işletmenin hizmet sunumunda eksikliklerini görmesi ve sağlıklı bir organizasyon yapısının kurulup devam ettirilebilmesi açısından önemlidir. Bu yönüyle şikâyetlerin, işletmenin mevcut veya potansiyel müşterilerine değil de, işletme yönetimine aktarılması olumlu karşılanabilecek bir müşteri davranışı olacaktır. Müşteri kaçırılmazsa işletme, müşterinin ve müşteri şikâyetlerinin işletmeye maliyetini, ileride telafi etme olanağı elde edebilir. Ayrıca yanlışlık belki müşteri tarafından yapılmıştır, belki müşteri yeni olduğu için, işletmede aldığı ve alışık olmadığı ürünü yanlış biçimde kullanmıştır. Bu durumda, şikâyeti reddedilirse, müşteri açısından ürün işe yaramaz damgası yiyecektir. Şikâyetle ilgilenip gereği yapılırsa, müşterinin ürünü doğru kullanmasına ve yararlarını kavramasına yardımcı olma şansı vardır. Bu da işletmenin hem yaptığı maliyetlerin karşılığını almasını hem de müşteri kaybetmemesini sağlayacaktır.

2) Müşteri İhtiyaçlarını ve Beklentilerini Anlama: Dünyadaki değişimlere paralel olarak müşterilerin beklentileri ve ihtiyaçları yenilenmektedir. Bu düşünce ekseninde, yönetimlerin ve çalışanların iş süreçlerinde, müşterinin düşüncesine ve hislerine önem vermesi gerekmektedir. Hizmet kalitesinin yükseltilmesinin temelinde, müşterilerin beklentilerine ve ihtiyaçlarına odaklanmak, hizmeti tam zamanında ve arzulanan tarzda sunmak bulunmaktadır. Müşteri davranışları, onlarla sözlü bir iletişim kurulmasa bile, birçok konuda yol gösterici olmaktadır. Müşterilerin davranışları iyi bir şekilde değerlendirilirse, beklentileri de tam olarak karşılanacaktır.

3) Müşteri Geribildiriminin (Feedback) Sağlanması: Müşterilerin kendilerine sunulan hizmetler hakkında ne düşündükleri, işletme yönetimleri açısından son derece önemlidir. Çünkü nelerin yanlış yapıldığı, eksikliklerin nerelerde olduğu ve yanlışlıkların nelerden kaynaklandığını anlamak, ancak bu yolla mümkün olmaktadır. Geribildirim sadece hizmet sunumundaki olumsuz yanları görmek için değil, aynı zamanda müşterilerin memnun oldukları, olumlu izlenim edindikleri hizmet yaklaşımlarını anlamak açısından da önemlidir. Geribildirim, piyasanın diğer uyarılarını beklemeden müşteriden öğrenebilmek anlamına gelir. İşletmeye bağımlı müşteriler yaratmanın yolunun, onların sesini dinlemekle ve bugün olduğu kadar gelecekte de onların neler isteyeceklerini anlayıp gereklerini yerine getirmekle gerçekleşeceği bilinmektedir.

4) İşletmenin Reorganizasyonu: Müşteri istek ve beklentileri doğrultusunda yapılanmış bir organizasyon, müşteri odaklı hizmet anlayışı için gerekli olmaktadır. Müşteri istekleri ve beklentileri doğrultusunda yapılmayan bir işletme, zamanında ve istenilen tarzda hizmet sunamayacaktır. Bu da mevcut müşterilerin elde tutulmasını zorlaştırdığı gibi, yeni müşteriler kazanmanın önünde bir engel teşkil edecektir. Değişimin dinamik yapısı, yeni organizasyon tasarımlarını, müşteriler kazanmak için gerekli hale getirir. Bu değişim süreci, eski müşterilerin birçoğu tarafından da olumlu karşılanabilmektedir.
