

راهنمای جامع ایجاد رضایت‌مندی در مشتریان برای داشتن مشتریان وفادار و سودآور

خلاصه مقاله: تعریف رضایت‌مندی مشتری و اهمیت آن در کسب و کار تا به حال به این فکر کرده‌اید که اصلا رضایت‌مندی مشتری چیست؟ چه زمانی می‌توان با اطمینان خاطر ادعا کرد که مشتری از کسب و کار کاملاً راضی است؟ رضایت مشتری شاخصی است که میزان خشنودی یک مشتری را...

۶ دقیقه
زمان مطالعه۱۴۰۴/۰۹/۱۶
آخرین بروز رسانیصبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

جستجو

فهرست مطالب

تعریف رضایت‌مندی مشتری و اهمیت آن در کسب...

روش‌های سنجش و اندازه‌گیری رضایت مشتری

۷ راهکار عملی برای افزایش رضایت و وفاداری ه...

اشتراک گذاری



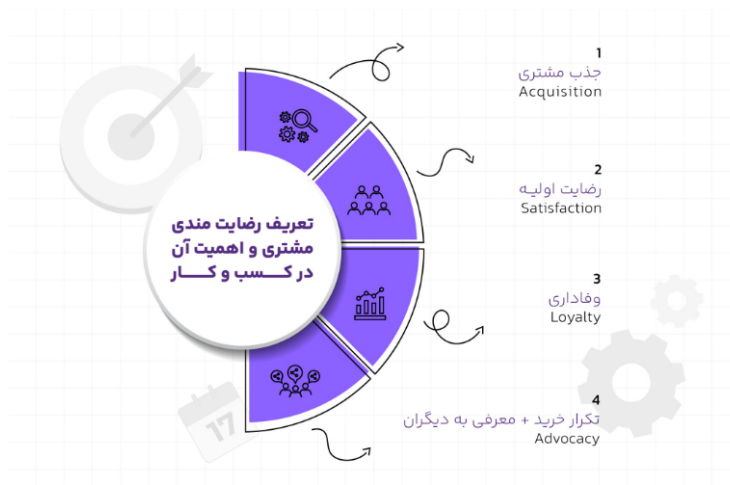
راه سودآوری یک کسب و کار از مشتری‌مداری و رضایت مشتریان از تعامل با آن می‌گذرد. مشتریان راضی به مشتریان وفادار تبدیل می‌شوند و مشتریان وفادار یک کسب و کار را ترک نمی‌کنند و به خرید از آن ادامه می‌دهند به همین علت می‌توانند سودآوری یک کسب و کار را تضمین کنند. با این مقاله همراه باشید تا با روش‌های جلب رضایت مشتری و بهترین ابزار برای آن آشنا شوید.

تعریف رضایت‌مندی مشتری و اهمیت آن در کسب و کار

تا به حال به این فکر کرده‌اید که اصلا رضایت‌مندی مشتری چیست؟ چه زمانی می‌توان با اطمینان خاطر ادعا کرد که مشتری از کسب و کار کاملاً راضی است؟

رضایت مشتری شاخصی است که میزان خشنودی یک مشتری را در ارتباط با تعامل با تمام بخش‌های یک برند بررسی می‌کند. رضایت مشتری به زبان ساده نشان می‌دهد که یک کسب و کار تا چه حد توانسته انتظارات مشتریان خود را، از روند خرید گرفته تا تعامل با تیم پشتیبانی، برطرف کند.

مشتریان راضی به بهبود شهرت برند، افزایش فروش و رشد کسب و کار کمک می‌کنند.



روش‌های سنجش و اندازه‌گیری رضایت مشتری

نظرسنجی مشتریان

نظرسنجی مستقیم از مشتریان می‌تواند راه‌حلی اساسی برای داشتن دیدی جامع از رضایت آنان از محصولات، خدمات، ارتباطات و... باشد. بعد از انجام اقدامات کلیدی مثل خرید یا تماس با بخش پشتیبانی، از مشتریان خود نظرسنجی کنید.

مصاحبه‌های عمقی

اگرچه این کار نیازمند منابع مختلفی است اما مصاحبه‌های مستقیم امکان بررسی عمیق احساسات، تجربیات و انتظارات مشتریان را فراهم می‌کنند. مصاحبه‌ها همچنین موجب تقویت ارتباطات انسانی می‌شوند که برای مشتریان از اهمیت زیادی برخوردار است.

بررسی نرخ وفاداری

نرخ وفاداری مشتریان شاخصی است که از طریق فرمول زیر به دست می‌آید و درصد مشتریانی را نشان می‌دهد که کاملاً از کسب و کار شما راضی هستند و قصد ترک کردن آن را ندارند.

تعداد مشتریان تکراری در یک بازه زمانی ÷ کل مشتریان در همان بازه × ۱۰۰

تحلیل نظرات و بازخوردهای آنلاین

هرچند وقت یک بار نام برند خود را در شبکه‌های اجتماعی یا حتی در گوگل سرچ کنید تا ببینید نظر مخاطبان درباره‌ی شما چیست؟ به نظرانی که در شبکه‌های اجتماعی زیر پست‌های شما گذاشته می‌شود اهمیت زیادی دهید چون معمولاً مشتریان در چنین شرایط نظر واقعی خود را بیان می‌کنند. اگر نقطه ضعفی در هر کدام از فرآیندهای شما وجود دارد می‌توانید آن را سریع بیاپید و برای رفع آن اقدامات لازم را انجام دهید.

روش امتیاز خالص طرفداری (NPS)

امتیاز خالص ترویج کنندگان یا (Net Promoter Score) NPS برای اندازه‌گیری میزان احتمال معرفی شما به دیگران توسط مشتریان استفاده می‌شود. با استفاده از برگزاری نظرسنجی «۱۰» و پرسیدن سوال‌هایی مثل «چه مقدار احتمال دارد ما را به دیگران معرفی کنید؟» می‌توانید این امتیاز را محاسبه کنید. ابتدا مشتریان طبق جدول زیر به ۳ دسته تقسیم بندی می‌کنید:

ترویج کنندگان	امتیاز ۹ یا ۱۰
منفعلان	امتیاز ۸ یا ۷
منتقدان	امتیاز ۶ تا ۰

سپس از طریق فرمول «منتقدان - ترویج کنندگان» می‌توانید NPS را محاسبه کنید.

تحلیل نرخ ریزش مشتریان (Churn Rate)

نرخ ریزش مشتری درصدی است که بیان می‌کند در یک بازه زمانی مشخص چه تعداد از مشتریان کسب و کار شما را ترک کرده‌اند و دیگر از آن خرید نمی‌کنند. نرخ ریزش مشتری مستقیماً به رضایت مشتری از برند مربوط است و از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$\text{تعداد مشتریان از دست رفته} \div \text{تعداد کل مشتریان} \times ۱۰۰$$

جدول یا نمودار ستونی که در یک محور، «روش‌ها» و در محور دیگر «ویژگی‌ها» باشد.



۷ راهکار عملی برای افزایش رضایت و وفاداری مشتریان

ارائه محصولات و خدمات باکیفیت

محصولی که منطبق بر خواسته‌ی بازار شما نیست محکوم به شکست است. هر چند وقت یکبار درباره کیفیت و کارایی آنچه ارائه می‌دهید از مشتریان خود نظر بخواهید و مسیر حرکت رقبا را نیز زیر نظر داشته باشید. انعطاف‌پذیری در استفاده از تکنولوژی‌های روز، ترندها و هم‌گام شدن با تغییر در علایق مشتریان به شما کمک می‌کند همیشه در قله‌ی صنعت خود باشید.

برخورد مناسب و سریع با شکایات و انتقادات

رضایت مشتری فاکتوری است که نیاز بسیار زیادی به مراقبت دارد. تمام هزینه‌هایی که برای جذب یک مشتری و انجام معامله با او صرف کرده‌اید در نظر بگیرید؛ اگر به انتقادات و شکایات مشتری سریعاً رسیدگی نکنید تمام این هزینه‌ها صرف هیچ شده است. مشتریان از شما توقع دارند به نظر آن‌ها اهمیت دهید و نشان دهید که برای جلب رضایتشان حاضر به تغییر هستید.

ایجاد ارتباط شخصی‌سازی شده با مشتری

امروزه ارائه‌ی یک محصول خوب تنها پنجاه درصد مسیر موفقیت شما را تشکیل می‌دهد. بخش زیادی از بقیه‌ی این مسیر وابسته به تجربه‌ای است که برای مشتریان خود فراهم می‌کنید. ایجاد یک منحصربه‌فرد طبق اطلاعاتی که در اختیار دارید می‌تواند باعث شود مشتری با رضایت کامل ارتباطی احساسی با برند شما برقرار کند.

ارائه خدمات پس از فروش و پشتیبانی عالی

خدمات پشتیبانی کسب و کار شما، بخشی است که مستقیماً بر روی رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد. هنگامی که مشتریان درخواستی دارند یا با مشکلی مواجه هستند بیشتر از همیشه فرآیندها و نحوه‌ی پاسخ‌دهی شما را زیر نظر می‌گیرند. سعی کنید با انتخاب راه‌حلهایی مثل خرید سامانه CRM کیفیت، سرعت و دقت در پاسخ‌دهی به مشتریان خود در بخش خدمات پس از فروش را افزایش دهید.

پاداش‌دهی و قدردانی از مشتریان وفادار

حتی اگر مشتری رضایت کافی از کسب و کار شما داشته باشد باز هم نیاز به اقداماتی برای حفظ این رضایت دارید. با طراحی سیستم‌های پاداش‌دهی در قالب برنامه‌های وفاداری می‌توانید علاوه بر افزایش رضایت مشتریان خود، از دست نرفتن آنان اطمینان حاصل کنید. ارائه‌ی تخفیف، کوپن و امتیازهای دیگر در صورت تکرار خرید، نمونه‌ای از راه‌های قدردانی از مشتریان وفادار است.

جمع‌آوری و استفاده از بازخوردها برای بهبود مداوم

بازخورد مشتریان، در هر مرحله‌ای که هستند، می‌تواند به هدایت شما در بهبود فرآیندهای مختلف کمک کند. نظرسنجی‌های دوره‌ای در نظر بگیرید و با تحلیل آن‌ها استراتژی‌های بعدی خود را تنظیم کنید.

آموزش کارکنان برای تعامل بهتر با مشتری

کارکنان یک سازمان در بخش بازاریابی، فروش و خدمات، نماینده‌ی کل برند هستند و در خط مقدم ارتباط شما با مشتریان قرار دارند. هر برخوردی که آنان با مشتریان داشته باشند مستقیماً بر رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد. همیشه منابعی را برای آموزش پرسنل کنار بگذارید و با پایش عملکرد و برگزاری جلسات دوره‌ای آنان را به روز نگه دارید.

آموزش مهارت‌های ارتباطی و مدیریت تعارض به کارکنان

مهارت‌های ارتباطی کارکنان ویژگی است که نمی‌توان بدون آن انتظار داشت مشتریان از یک برند راضی باشند. برای فاکتورهایی مثل احساس همدلی با گوش دادن فعال ارزش قائل شوید و آن‌ها را در بین تیم‌های خود تقویت کنید.

بیشتر بخوانید

قدرت مشتریان وفادار | همه چیز درباره سیستم‌های مدیریت وفاداری مشتری - اوج ابری

تأکید بر درک نیازها و انتظارات مشتریان توسط کارکنان

قبل از این که استراتژی‌های خود را در سازمان اجرا کنید لازم است مشتریان خود را عمیقاً بشناسید و نیازهای آنان را درک کنید تا بتوانید بهترین خدمات را به آنان ارائه دهید و رضایت مشتری را بالا ببرید. با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری این مأموریت برای شما به آسانی انجام خواهد شد. اگر نمی‌دانید سامانه مدیریت ارتباط با مشتری چیست، ابتدا درباره‌ی آن تحقیق کنید و تهیی آن را در بالای لیست کارهای خود قرار دهید. در ادامه به معرفی این سیستم و مزایای آن در افزایش رضایت مشتریان می‌پردازیم:

نقش نرم‌افزارهای CRM در مدیریت رضایت مشتری

سامانه CRM سیستمی است که برای افزایش رضایت مشتری و تبدیل این رضایت به عنصری برای رشد کسب و کار طراحی شده است. نرم‌افزار سی آر ام با تقویت مشتری‌مداری از طریق یکپارچه‌سازی کسب و کار و تسهیل گردش اطلاعات در سازمان به ابزاری ضروری برای تمام کسب و کارها تبدیل شده است. در ادامه به بعضی از عملکردهای این سیستم که مستقیماً در رضایت مشتریان دخیل هستند اشاره می‌کنیم:



ثبت و پیگیری تعاملات با مشتری

نرم‌افزار CRM امکان جمع‌آوری و ثبت اطلاعات مشتریان را در هر بخش از کسب و کار فراهم می‌کند و با اشتراک گذاری تاریخچه تعاملات با یک مشتری به خدمت‌رسانی بهتر به مشتریان منجر می‌شد. هر ارتباط جدیدی که با یک مشتری برقرار می‌گردد در پروفایل او ثبت می‌شود.

پیشنهاد ویژه
نرم‌افزار CRM اوج ابیری را رایگان تجربه کنید.
[شروع رایگان CRM](#)

تحلیل رفتار خرید و پیش‌بینی نیازهای آتی

با اجرای نظرسنجی توسط CRM و ثبت داده‌های به دست‌آمده از نظرسنجی‌ها در پروفایل مشتری می‌توان از ریزش آن‌ها جلوگیری کرد و اقدامات لازم برای جلب دوباره‌ی رضایت آنان را انجام داد. همچنین این سیستم عملکردی دارد که می‌تواند در صورتی که مشتری مدت زمان زیادی اقدام خاصی را انجام نداده است (مثلاً خریدی نکرده) به شما هشدار دهد.

شخصی‌سازی محتوا و پیشنهادات بر اساس سلیقه هر مشتری

نرم‌افزار سی آر ام علاوه بر ثبت خریدهای گذشته مشتری، علایق و نیازهای او را نیز مکتوب می‌کند. در طراحی کمپین‌های وفاداری می‌توان مشتریان را بر اساس این داده‌ها دسته‌بندی کرد و برای هر گروه پاداش‌های مناسب در نظر گرفت. همچنین یک ارتباط شخصی‌سازی شده بر اساس این اطلاعات تأثیرگذاری بسیار بیشتری بر ذهن مشتری و میزان رضایت او خواهد گذاشت.

خودکارسازی پاسخگویی و پشتیبانی مشتریان

نرم‌افزار سی آر ام ویژگی‌هایی دارد که مستقیماً برای افزایش رضایت مشتری در بخش پشتیبانی طراحی شده‌اند. نمایندگان خدمات پشتیبانی می‌توانند با دسترسی به اطلاعات مشتریان در پاسخ‌گویی سرعت بگیرند و با قابلیت‌هایی مثل پاسخ‌های خودکار، تخصیص وظایف و پایش مستقیم عملکرد، وظایف خود را بهتر به انجام برسانند. همچنین ویژگی‌هایی مثل ارتباطات درون تیمی به آنان کمک می‌کند فرآیند همکاری را بهبود ببخشند و از این طریق کیفیت خدمات را افزایش دهند.

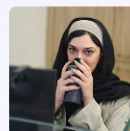
دریافت PDF

بی دی اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

[دانلود PDF](#)

صبا ضعیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه‌مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده‌سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه‌ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای که در این راه همراه شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تأثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

دیدگاهتان را بنویسید

نام

ایمیل

دیدگاه *

☐ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می‌نویسم.

فرستادن دیدگاه

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

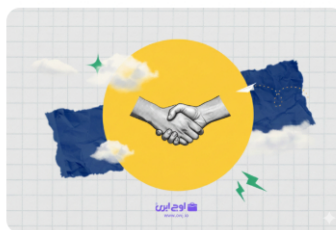
مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه‌ی پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

نقش امتیازات و سطح‌بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...



با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

ماژول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستغیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی	CRM چیست	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	