

## ستاره کسب و کار خود باشید



حسینعلی سراج  
نماینده‌گی مرکزی  
شرکت توسعه کشت دانه های روغنی

اگر شما هم علاقه مند به ورود به این بازی جدید هستید، از همین امروز شروع کنید:

۱. برای پرداختن به این موضوع زمان خاصی را در محل کار مشخص کنید (برای مثال ۱۰ دقیقه در هر روز).
۲. مشخص کنید که مشتری از چه بخش از رفتار مالی با شما می تواند رضایت داشته باشد (کیفیت، نوع برخورد، میزان معطلی پیش از ارائه درخواست و ...).
۳. بین خود و همکارانتان مشخص کنید که چرا میزان رضایتمندی مشتریان از شما برایتان مهم است.
۴. برای هر روز یا هفته، تصمیم های کوچک ولی عملیاتی بگیرید.
۵. در پایان هر دوره، تصمیمات گذشته را بررسی و آنها را تصحیح کنید.
۶. پس از چند دوره کوتاه، شما آنقدر تجربه دارید که می توانید برای افزایش رضایت مشتریان خود تصمیمات اساسی تری بگیرید.
۷. مشاوره گرفتن از افراد با تجربه و متخصصین، اصلا اشکالی ندارد. همیشه افرادی وجود دارند که از من و شما بیشتر می دانند.

منبع: مجله اندیشه های نو، شماره ۹۰.



در دنیای کسب و کار، رقیبان شما منتظر نمی مانند تا آنان را بشناسید و یا با سیاستهای کاری آنها آگاهی یابید، مسلما بعد از تصرف بخشی از بازارتان، وجودشان را به خوبی درک می کنید و تازه اگر نجنید، ممکن است حذف شوید. حتی اگر اولین و سردمدار باشید، مجبور به تغییر هستید. مشتریان شما با ارزیابی چهار عامل به سراغ شما می آیند و یا از شما دور می شوند:

۱. قیمت
۲. کیفیت
۳. زمان
۴. نوآوری بهتر در ارائه محصولات و خدمات.

هر چه توان شما در ارائه مطلوب هر یک از این چهار مورد بیشتر باشد، به همان میزان بازار بیشتری در دست شماست و تولید شما برای مشتریانانتان زیباتر و جذاب تر خواهد بود. برای رسیدن به یک استاندارد قابل قبول برای هر عامل، یک تصمیم گیری اساسی و تلاش وسیع در همه فرآیندهای روزانه لازم است. نقطه شروع این فرآیند، درک صحیح نیاز بازار و مشتریان است و نقطه پایان آن تامین خواسته ها و برآوردن این نیازها و روند رو به رشد آن است. سختی رقابت و غلبه بر پیچیدگیهای بازار با جلب همدلی و رضایت مشتریانانتان بسیار ساده خواهد شد و این یعنی موقعیتی که همه ارائه دهندگان کالا و خدمات به دنبال آن هستند و این یعنی سهم بازار بیشتر و موقعیت اقتصادی بالاتر!

مشتریان و مصرف کنندگان، همواره در جست و جوی عرضه کنندگانی هستند که کالا یا خدماتی به مراتب بهتر ارائه می کنند. در فرآیند امروزی بر خلاف گذشته، بسیاری از مشتریان در گزینش کالا یا خدمات، به دنبال پرداخت بهای بیشتر برای دریافت کالا یا خدمات بهتر هستند. با وجود عرضه کنندگان متعددی که محصولاتی با کیفیت نسبتا یکسان عرضه می کنند، اغلب مشتریان هنگام خرید کالا و خدمات مورد نیاز، از امکان انتخاب گزینه های متعددی برخوردار هستند. به همین دلیل آنان ورای مشخصات ظاهری و ویژگی های فیزیکی یک محصول، سایر شاخص های کیفی را مد نظر قرار می دهند. مشتریان در جستجوی سرنخ هایی هستند که آنان را برای شناسایی بهترین تامین کننده نیازهایشان یاری نماید. اندازه گیری رضایت مشتری از جمله اقداماتی محسوب می شود که نشان دهنده جهت گیری ما به سمت کیفیت می باشد. همه ما هر روز صبح برای کسب سود بیشتر شروع به کار می کنیم، پس قرار نیست که ما یک نگاه یا سازمان اقتصادی بزرگ باشیم تا به سراغ بحث رضایت مشتری برویم، چرا که هر شرکتی می تواند به جایگاهی بهتر از آنچه امروز در آن قرار دارد، دست یابد. همیشه همه تغییرات از ما شروع می شود و هیچ سودی بدون زحمت به دست نمی آید، اما چه بهتر که این تغییر با کم ترین هزینه و زمان صورت بگیرد.

شرکت سهامی خاص توسعه کشت دانه های روغنی