



عندما يقوم العملاء بشراء السلع المصنعة، مثل الهاتف المحمول، مجلة، دراجة هوائية، وبعض الملابس الجديدة أو كمبيوتر، هم يعرفون عادة بالضبط ما حصلوا عليه. هذه المنتجات لديها صفات ملموسة. تقوم العملاء على اتخاذ الخيارات استنادا إلى الميزات الخاصة لكل منتج. تجار التجزئة في حاجة لتقديم خدمة جيدة للعملاء، بحيث يمكن للعملاء معرفة المزيد عن المنتجات قبل اتخاذ قرار الشراء، ويمكن الحصول على الاسترداد أو خدمة ما بعد البيع إذا كان المنتج يبرهن على أن يكون هناك خلل أو مرض. ومع ذلك، وخدمة العملاء ليست سوى جزء صغير من العرض الكلي. على سبيل المثال، قد العملاء يتوقعون خدمة جيدة عند شراء بعض الأحذية الجديدة، ولكن هذا من غير المرجح أن يكون العامل الرئيسي في تحديد ما إذا كان سيتم إجراء عملية شراء. عوامل مثل السعر والراحة والأناقة والعلامة التجارية من المرجح أن تكون أكثر إقناعا.

خدمة العملاء هو أكثر أهمية بالنسبة للشركات التي تقدم خدمات بدلا من المنتجات المادية. في واقع الأمر في كثير من الأحيان خدمة العملاء الجيدة التي يفوز ويبقي العملاء في المقام الأول. العديد من الصناعات الخدمية توفر منتجات مماثلة في جوهرها. على سبيل المثال، توفر جميع فنادق الإقامة والأكثر تقديم الطعام كذلك. جميع البنوك توفر للعملاء الحاليين وحسابات التوفير. يمكن أن يكون من الصعب التفريق

بين



المنتجات الخدمة. لديهم الصفات غير الملموسة. هذا هو السبب في أنه من المهم لضمان أن العملاء لديهم خبرة جيدة.

خدمة العملاء الجيدة يمكن أن تستخدم من قبل الشركات لوضع أنفسهم في السوق. المواقع تساعد المنظمة لتصبح مميزة. لأنها تساعد المستهلكين على اتخاذ القرار

Introdu First direct هو تقسيم لبنك HSBC. لأنها توفر مجموعة من الخدمات المصرفية، وتقدم للعملاء منتجات مثل الحسابات الجارية، وبطاقات الائتمان وحسابات التوفير والتأمين والقروض. ما هو مختلف هو أن **First direct** لا يوجد شبكة فروع. وصول العملاء إلى الخدمات عبر الإنترنت أو عبر الهاتف أو من خلال الخدمات المصرفية للهاتف المحمول والرسائل النصية. لأول مرة مباشرة وقد تم توفير الخدمات المصرفية عبر الإنترنت لنحو 20 عاما. أصبح لديها الآن أكثر من 3000 موظف و 1.1 مليون عميل. أكثر من 80% من المعاملات تستخدم القناة على الإنترنت. للعملاء الذين يرغبون في الاتصال بالبنك عن طريق الهاتف، ومراكز الاتصال الأول المباشر للـ UK تعمل 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع، 365 يوما في السنة. أنها تتلقى أكثر من 200,000 مكالمة كل أسبوع.

وتظهر هذه الدراسة كيف يمكن للبنك على الإنترنت أول المواقع المباشرة نفسها في قطاع الخدمات المصرفية للأفراد. ويوضح كيف أصبحت خدمة العملاء عاملا رئيسيا في مساعدة البنك للتمييز عرضها للعملاء في سوق تنافسية.

ما هي خدمة العملاء؟



خدمة العملاء هو الخدمة المقدمة للعملاء قبل وأثناء وبعد شراء واستخدام السلع والخدمات. توفر خدمة العملاء جيدة تجربة تلبية توقعات العملاء. وتنتج رضى العملاء. سوء خدمة العملاء يمكن أن تولد الشكاوى. ويمكن أن يؤدي إلى خسارة في المبيعات، لأن المستهلكين قد يستغرق أعمالهم لمنافس.

وتشمل خدمة العملاء الجيدة تطوير علاقات مع العملاء، ونأمل أن يؤدي إلى علاقات علي المدى البعيد. أنه يخلق المزايا للعملاء على حد سواء والعمل على حد سواء. يستفيد العملاء لأن العمل هو توفير الخدمات التي تلبية احتياجاتهم. الفوائد التجارية لرضى العملاء من المرجح أن يكون سبب لتكرار العملاء. لانهم سيبقون مع الاعمال التجارية. ومع ذلك، لم تحقق خدمة العملاء الجيدة بسهولة. يستغرق وقتا لإنشائها. فإنه يتطلب الاستثمار لضمان أعلى مستويات ثابتة.

أول المباشر "بيان الصورة مهمة هو" خدمة مذهلة رائدة ". وهذا يعني أن خدمة العملاء يستخدم لتحديد الاتجاه للاعمال التجارية. وبعبارة أخرى، الزبائن تأتي أولا. هذا ليس شعارا فارغا. وتبين البحوث أن السوق، من حيث رضا العملاء، المباشرة الأولى هو عدد البنوك في المملكة المتحدة واحدة. ويؤكد أن البنك لديه سمعة طيبة لجودة خدمة العملاء. ومع ذلك، أثبتت ذلك من خلال الدراسات

المقارنة. كان البنك في الأداء الرائد علي قمة اعلي 50 مراكز الاتصال لقياس خدمة العملاء وأنها جاءت أعلى في القطاع المالي في معهد خدمة العملاء (ICS) (ICS)جوائز الرضا.

في قلب توفير خدمة العملاء يوجد مفهوم "الاحترام". وهذا ينطوي على احترام العمل "الموظفين، والعملاء الداخليين داخل المنظمة، وكذلك العملاء الخارجيين. باستخدام هذا المفهوم يؤثر في كيفية الزملاء والأفراد في أول الفعل المباشر تجاه بعضهم البعض وكذلك كيفية التعامل مع العملاء.

لتحقيق رضا العملاء، وأول مجموعات المباشرة ومعايير الخدمة المراقبين. على سبيل المثال، أجب أربعة من أصل خمسة المكالمات خلال 20 ثانية. في المتوسط وأجاب الدعوة العميل في 13 ثانية. تتوفر على مدار الساعة ممثلي خدمة العملاء. وهذا يعني أن العملاء دائما الحصول على التحدث إلى شخص حقيقي وليس آلة، وأنها لم تضطر إلى دفع أزرار قبل ان نصل الى التحدث الى شخص ما.

التركيز في جميع العمليات على توفير جودة خدمة العملاء. ويساعد هذا في أول مباشرة في السوق. وهذا يعني أنه من خلال الخدمة المصرفية البنكية، يمكن تقديم خدمة شخصية في حالة فقد من العديد من البنوك الأخرى. وكانت النية لتجنب ان يصبح مركز الاتصال مجهولي الهوية. الأفراد مدربين جيدا وتمكينهم من التصرف في قضايا العملاء. وهذا يعني أن العملاء لا ينتقل من شخص إلى آخر. فإن نفس ممثل العملاء هاتفيا للتعامل مع المسألة، بحيث أن العميل لا تتعامل دائما مع مختلف الأفراد. في هذه الطريقة، لأول مرة مباشرة يحصل لمعرفة عملائها. حتى أنها يمكن أن توفر لمسة شخصية، مثل ارسال الزهور في بعض الأحيان إلى العملاء أو شريكه للاحتفال بعيد ميلاده.

للحفاظ على هذه المعايير تحدد المباشرة الأولى ما يتوقعه العملاء من البنوك من حيث توفير خدمة العملاء. ثم يبني هذه توقعات العملاء في الخدمات التي تقدمها. على سبيل المثال، وهذا ينطوي على:

• ضمان لباقة الموظفين ومعرفتهم عن منتجات وخدمات البنك

• التعامل مع أي شكوى عاجلة وعادلة

• متابعة المبيعات

• طرح أبلغ التوجيه على أي من المنتجات التي تتوفر (تخضع للوائح المالية).

توقعات العملاء

جميع لديهم احتياجات: يريدون الخدمات المصرفية. لديهم أيضا توقعات حول كيف يتم تسليم هذه الخدمات. لتلبية هذه التوقعات، أول توجيه لديها لمعرفة ما يريده عملائها (وما قد ترغب في المستقبل). لمعرفة المزيد، first direct تقوم بإجراء بحوث السوق.

أبحاث السوق هو العملية التي تمكن رجال الأعمال لمعرفة المزيد عن عملائها والأسواق. ويوفر التغذية الراجعة المباشرة التي يمكن استخدامها لبناء الخدمات وصقلها. الأولى بجمع مباشرة مجموعة من البيانات التي تحدد اتجاهات السوق من خلال العديد من الأنشطة البحثية:

• ينطوي الانطباع الأول علي الاتصال بعملاء جدد بعد فترة وجيزة من الانضمام للبنك. أبحاث السوق الرئيسي تساعد البنك لتقييم التجارب الأولية المصرفية مع first direct.

• صوت الزبون هو برنامج البحوث التي تجرى شهريا بين العملاء الحاليين الذين اتخذوا من منتج جديد مع first direct على مدى الشهرين الماضيين.

• مجموعات التركيز، وتتألف من مجموعات صغيرة من العملاء، كما تقام بانتظام لتوفير التغذية المرتدة النوعية حول مواضيع وقضايا محددة.

• يتيح البحث الكمي ردود فعل قوية وتمثيلا على مجموعة من القضايا المحددة.

المعلومات الناتجة عن أبحاث السوق تساعد تلك داخل المنظمة لفهم أكثر تماما ما يريده الزبائن الحاليين والمحتملين. على سبيل المثال، نتائج المجموعات البؤرية تشير إلى أن العملاء الأول المباشر يريدون الشركة لتكون مختلفة ومتميزة من بنوك أخرى. يساعد أبحاث السوق أيضا إلى تحديد ملامح محددة جدا لما ما يريده العملاء. وأكد أن الزبائن يريدون خدمة على مدار 24



ساعة. كما يريدون الاطمئنان من أن تكون قادرة على التحدث إلى شخص بدلا من الجهاز الآلي. في سوق تنافسية حيث يستطيع الزبائن أن تسوق للخدمات، فمن المهم first direct للتأكد من أنه يحصل على حق خدمة العملاء.

يوفر أبحاث السوق أيضا معلومات قيمة حول اولا كيف ينظر الي الخدمات "first direct" وذوي الخبرة من قبل العملاء. وتظهر بيانات الأبحاث التي المباشرة الأولى كانت في طبيعة منافسيها في تحقيق رضا العملاء بشكل عام. لكنه يظهر أيضا أنه في صدارة المنافسة في تحقيق رضا العملاء المصرفية عبر الإنترنت وخدمة الهاتف المصرفي.

تلبية احتياجات العملاء

الخدمة المصرفية عبر الانترنت، هي مفتاح لتلبية احتياجات العملاء وهو التواصل الجيد. الزبائن يريدون أن يعرفوا أنهم يستطيعون تواصل همومهم مع شخص سيفهم هذه القضايا. first direct موظفوها يلعبون دورا رئيسيا في وظيفة خدمة العملاء. وسوف تكون على شكل تجارب العملاء بشكل كبير من جودة الخدمة التي يتلقونها من موظفي البنك.

التدريب والتطوير دورا هاما في إعداد الموظفين لتقديم خدمة جيدة للعملاء. أهداف first ان يكون لصاحب العمل وجهة. وهذا يعني انها تتوقع الموظفين بالبقاء مع البنك لجزء كبير من حياتهم المهنية. ويستفيد البنك لأن الزملاء الذين يقضون فترات طويلة ويمكن للموظفين استخدام خبراتهم لتقديم خدمة أفضل للعملاء.



ويتم اختيار الموظفين على مهاراتهم وشخصيته. من المهم أن الموظفين الجدد قادرون على إظهار العلامة التجارية المباشرة الأولى وتقديم القيم خدمة العلامة التجارية. بعد تعيينه، الموظفين الجدد الخضوع ستة أسابيع من التدريب (أو تسعة أسابيع بدوام جزئي) مع 65% من الوقت في بيئة الفصول الدراسية و 35% دمج مع المدربين المخلصين في بيئة العمل الحية تلقي مكالمات هاتفية حية. لديهم أيضا التدريب المستمر. تم تصميم عملية التنمية الموظفين لتمكين الأفراد من اتخاذ القرارات واتخاذ الإجراءات اللازمة لتلبية احتياجات العملاء. منذ البداية، الموظفين الجدد بحاجة الى اظهار الالتزام بتقديم مستويات عالية من خدمة العملاء. في الأيام القليلة الأولى من التدريب الذي تعامل مع ثقافة العمل. يجتمعون مع قائد الفريق الجديد، والاستماع إلى بعض المكالمات حية، تجربة قيم العمل وفهم كيفية تعامل first direct زبائننا إلى حد ما. هذا يساعدهم على فهم القيم الأساسية لتقديم الخدمات للعملاء



وتركز كل قطعة من التدريب في البداية التوجيه حول خدمة العملاء على أعلى مستوى. مسار يمزج الجوانب الفنية أو الإجرائية جنبا إلى جنب مع الاتصال، والمبيعات، والتعرف على العلامة التجارية، ويلعب دور وتجربة الدعوة الحية. ويناشد بالطبع لجميع أنماط التعلم والأفضليات، لأنه يوفر نهجا مخلوطة للتعلم. وهذا ينطوي على عمل الفصول الدراسية مع الميسرين، والاستماع وتلقي مكالمات هاتفية حية، بالإضافة إلى المدربين مخصص للمساعدة في تحفيز وتطوير الأفراد للتعلم الإلكتروني مبتكرة.

طريقة أخرى لتلبية احتياجات العملاء هي من خلال موقع البنك على الانترنت. يجب أن يكون الموقع سهل الاستخدام. وهذا يساعد العملاء على إنجاز معاملاتهم. ويتم رصد أول موقع first direct باستمرار للبحث عن مجالات التحسين. انها واحدة من أفضل أنظمة الأمان في الصناعة المصرفية لمنع الغش. لأول مرة first direct كان أول بنك لتطوير منصة للخدمات المصرفية لل iPhone. أصبح من الممكن الآن للعملاء لتلقي الأرصدة في الوقت الحقيقي مباشرة إلى الهاتف المحمول. هذا يساعدهم على فهم القيم الأساسية لتقديم الخدمات للعملاء.

فوائد توفير خدمة عملاء جيدة

توفير خدمة عملاء جيدة تمكن first direct من إنشاء موقعا مميزا لنفسها فيما يتعلق بالمنافسين. وهذا يتطلب الاستثمار في الموظفين والتدريب والعمليات للحفاظ على معايير عالية. ولكن هناك الاسترداد: خدمة العملاء الجيدة يمكن أن تقلل التسويق وبعض التكاليف التشغيلية.

يظهر أبحاث السوق بشكل واضح أن يتمتع العملاء بالرضي عن خدمات البنك. وهذا يعني أنهم أكثر عرضة للبقاء مع البنك. المحافظة على العملاء هو المهم عن أي عمل تجاري. التسويق والترويج لعملاء جدد للبنك قد تكون مكلفة. ومن أكثر كفاءة للحفاظ على العملاء الحاليين من الموارد التركيز على البحث عن سبل أخرى جديدة.

رضى العملاء هي أيضا إعلانات جيدة للبنك. يظهر أبحاث السوق أن الزبائن سعداء أن يوصي first direct إلى أشخاص آخرين. ويطلق على الشخص الذي يحب حقا خدمة ويوصي به



للآخرين من المدافعين. واحد من كل ثلاثة عملاء جدد يأتون للبنك نتيجة مباشرة لتوصيات من العملاء الحاليين.

توفير خدمة عملاء جيدة يعني أيضا أن العملاء لديهم عدد أقل من الشكاوى. يمكن التعامل مع الشكاوى أن يكون مكلفا. لذلك، مرة أخرى، من خلال توفير خدمة العملاء جيدة، والبنك يمكن أن تقلل من تكاليف حل مشاكل العملاء.

الخلاصة

first direct لتلبية مهمتها لابد من التزام حقيقي لتوفير مستويات عالية من الخدمة لعملائها. فإنه يضع العملاء الحاليين أولا. على سبيل المثال، عندما كان الطلب على القروض العقارية عالية جدا، وممثلي خدمة العملاء مضغوطين مع العمل. وهذا يعني أن هناك تأخير في الرد على المكالمات. بدلا من خفض مستوى الخدمة للعملاء، أوقفت المبيعات للعملاء الجدد. وهذا أمر هام لأنه يعني أن **first direct** يمكن الحفاظ على جودته من خلال الخدمة للعملاء الحاليين.

كمؤسسة مصرفية عبر الإنترنت مع عدم وجود فروع، **first direct** تمكنت من أن تأتي كمنظمة مجهولي الهوية. ولكن من خلال الاستماع إلى العملاء، وإيلاء اهتمام خاص لجميع جوانب خدمة العملاء والاتصال، قد بني البنك قاعدة عملاء أوفياء. وقد حققت مكانة فريدة في القطاع المصرفي.