

مع سجل حافل في توفير أرقى المعايير الفندقية، Portakabin يستأجر وتبيع المباني الدائمة والمنقولة. وتشمل قائمة عملاء المستشفيات والمدارس والوزارات الحكومية والجامعات واللاعبين تجارية كبرى مثل سوني وفودافون وتيسكو. بيان مهمتها، كما جاء على موقعها على شبكة الانترنت، هو: 'التوفير راحة البال لعملائنا في جميع أنحاء أوروبا من خلال المباني وخدمات عالية الجودة. وهذه هي العلامة التجارية الرائدة في هذا السوق مع 16٪ من سوق المملكة المتحدة.

الحقل الذي تعمل Portakabin تنافسي للغاية مع لاعبين أقوى. ولديه Portakabin للعمل بجد للبقاء الرائدة في السوق، وتحافظ على مكانتها عن طريق التأكد من أن لديها منتجات ذات جودة عالية وخدمة العملاء. وقد بنيت علامة تجارية مميزة، بناء على سمعة جيدة لتوفير منتجات ذات جودة عالية ومستويات الخدمة الممتازة. إذا كانت الشركة تريد أن تكون رائدة في قطاعها يجب أن تتجاوز متطلبات الحد الأدنى، إلى تمييز نفسها عن منافسيها. لديه الخبرة والموارد لتقديم المباني الحديثة، جذابة بسرعة وكفاءة وبالضبط لاحتياجات العميل.



يركز هذا دراسة حالة حول كيفية Portakabin تحافظ على قدرتها التنافسية عن طريق التأكد من أنه يوفر يست جيدة فقط، بل ممتازة، وخدمة العملاء. شعار الشركة هو "الجودة - وهذه المرة، في المرة القادمة، في كل مرة" وهذا يتم تطبيقه بقدر إلى مستويات خدمة العملاء كما هو الحال بالنسبة للمنتجات التي يقدمها.

## ما هي خدمة العملاء؟

Information	Advice
This could be given by staff or be provided in other formats (such as leaflets) with the product.	This could be about the best or safest way to use a product, or specialist advice that might be needed. For Portakabin this could be the ability to provide all the services that make a quality working environment and full technical support.
Convenience	After-sales
This means providing handy and secure ways for the customer to pay, a local service and ease of contact.	In the case of Portakabin, this includes delivery of modules, levelling, the installation of fixtures and fittings, subsequent advice on future building requirements.

وهناك أعمال لا يمكن أن توجد إلا إذا كان لديه عملاء لشراء المنتجات التي يرغب في بيعها. خدمة العملاء هو مصطلح يستخدم لوصف ما يحدث في النقاط التي العميل يأتي في اتصال مع رجال الأعمال. وعادة ما يتم تقسيمه إلى أربعة أجزاء:

في Portakabin ، وخدمة العملاء هو مفتاح خلال عملية شراء أو استئجار مبنى، من مبنى مكتب واحد لمدرسة كاملة أو مركز طبي. ويمكن رؤية أهمية خدمة العملاء جيدة في جميع المراحل، بدءا من التحقيق العميل الأولي، تلبية الاقتباس وحتى الرسم العقود. وهي تواصل مع تسليم المنتج وخدمة ما بعد البيع Portakabin. لديها موثيق العملاء فريدة من نوعها لمبيعاتها وتوظيف العملاء. توضح هذه الاجراءات، بالتفصيل، مستويات عالية من الخدمة التي يمكن للعملاء نتوقع. وتشمل هذه:

• الانتهاء من كل المشروع في الوقت المحدد وإلى مبلغ العقد المتفق عليه

• استجابة الخدمة في غضون 24 ساعة من فريق خدمات العملاء

• النقاط الهاتف في غضون أربعة "حلقات" - والشخص، وليس النظام الآلي

• رد أو زيارة خلال 24 ساعة من طلب

• ليتم تضمينها في برنامج خدمة العملاء.

## لماذا هو خدمة العملاء مهم جدا؟

يمكن للعملاء من الأعمال التجارية ان يكونوا جدد أو الحاليين تعود إلى شراء المزيد. ويمكن أن تظهر أهمية خدمة العملاء الجيدة من الناحية المالية، كما أنه يكلف مالا يقل عن خمسة أضعاف لفوز عميل جديد كما هو الحال للحفاظ على واحدة الحالي. تعتمد الكثير من أرباح معظم الشركات على تكرار مخصص.

**It costs as much to gain ONE new client as to keep FIVE existing ones**

Portakabin قد تكون الشركة الرائدة في السوق، ولكن إذا كان سوء خدمة العملاء، ويمكن للعملاء التحول إلى واحدة من منافسيها. الجزء الأكبر من أرباح الشركة تأتي من تكرار المبيعات، لذلك من المهم جدا للحفاظ على المحتوى العملاء. وهذا يساعد رجال الأعمال على المنافسة. ونظرا لالتزام أظهرت Portakabin في توفير مستوى من الدرجة الأولى من

الخدمة، أصبحت مستويات خدماتها، في كلماتها الخاصة، "الأسطوري".

يمكن للعملاء أن تكون إما داخلية أو خارجية. العملاء الداخليين الناس داخل الأعمال الذين يعتمدون على أجزاء أخرى منه. على سبيل المثال، اصلت مبيعات جيدة (في قسم المبيعات) قد تعتمد على جودة المنتج (في قسم الإنتاج). العملاء الخارجيين هم أولئك الذين يأتون لشراء المنتجات Portakabin. يعلم أنه إذا تقدم للعملاء الداخلي الخدمة الممتازة، والخارجي التميز في خدمة العملاء متابعة - كل عضو من هذه المنشآت قادرة على المساهمة في خدمة أفضل. ولهذه الغاية، تم تشجيع كل قسم لخلق بنفسك ميثاقها العميل الداخلي، وخدمة من الدرجة الأولى هو الهدف من جميع الإدارات الداخلية.



سمعة Portakabin هو نتيجة مباشرة لجهد جماعي استمر في توفير مستوى من الخدمة التي لا يعلى عليه. مفتاح النجاح في سوق تنافسية هو تقديم منتج أو مستوى الخدمة التي هي فريدة من نوعها - وهذا هو ما يميز عمل واحد من آخر. Portakabin تبرز في السوق لأنه يوفر موثيق العملاء الفريدة التي رسم خط واضح بين خدماتها وذلك من الشركات الأخرى. وتتجسد العناصر الرئيسية التي تقدمها Portakabin ، وليس من قبل الآخرين، في تعهد فريدة من نوعها والتي تنص على:

- تسليم أو الانتهاء في الوقت المحدد، أو للعملاء استئجار وتأجير مجانا لمدة أسبوع لكل يوم كانت في وقت متأخر، أو للعملاء المبيعات، موسعة 6 أشهر الضمان المنتج
- تعهد التمسك مبلغ العقد المتفق عليه
- المنتج لمدة 5 سنوات وحزمة الضمان الهيكلي لمدة 20 عاما على كل المبنى الجديد شراء
- إصدار الشهادات الفنية الكاملة للمنتج.

Portakabin تنص هذه العناصر الفريدة بوضوح في موثيق عملائها.

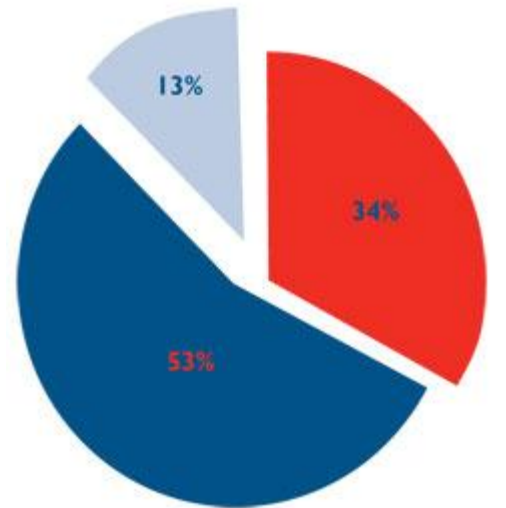
### أبحاث السوق: كيفية معرفة ما إذا كان الزبائن سعداء

من المهم بالنسبة Portakabin لمعرفة ما يلهم الولاء في عملائها بحيث يمكن تشجيعهم على البقاء حتى. طريقة واحدة هي أن نرى كم هي على استعداد أن أعود لتكرار عمليات الشراء، ولكن المهم أيضا أن نعرف لماذا عادوا. هذا هو السبب الذي جعل Portakabin تقوم بإجراء بحوث السوق شامل.

أبحاث السوق هو مجموعة من البيانات التي يمكن استخدامها لمعرفة مدى جودة عمل يقوم به في سوقها الذي تم اختياره. هذا يمكن جمعها من خلال البحث الأولي أو الثانوي البحوث ويمكن أن تكون إما نوعي أو كمي. تم توفير البيانات الكمية عندما شملهم الاستطلاع Portakabin عملائها المخلصين لمعرفة ما ميزت العوامل الشركة. وقال معظم العملاء (53%) كان العامل العلوي التجربة. هذا المتعلقة بكيفية رأى العملاء كانوا يعاملون خلال عملية التعاقد أو شراء مبنى Portakabin. وكانت قيمة الجانب الأكثر أهمية إلى 34% من العملاء، في حين يعتقد 13% فقط أن منتج حيوي - وهذا هو لأنها قد حان لتتوقع المباني عالية الجودة من Portakabin كأمر مسلم به. كانوا بالتالي الأكثر أعجب من مستوى التفاعل الشخصي مع الموظفين ومع المستوى العام للدعم الذي تلقوه.

على مدى السنوات الأربع الماضية، قامت Portakabin من مقابلة رضا العملاء مع الغالبية العظمى من عملائها. هذا يطرح أسئلة على جميع جوانب خدمة العملاء ويسجل درجات على مقياس من 1-10 (حيث 1 هو فقير جدا و10 ممتاز). والأسئلة في أربع فئات:

- تجربة العملاء مع المبيعات والإدارة - استجابة الشركة لهذا التحقيق، على مستوى الخدمة المقدمة، وقدم سرعة استجابة وكيفية المعلومات بشكل واضح.
- تسليم وتركيب - الخدمة المقدمة من قبل فريق التركيب والناقلين.
- المبنى نفسه - سواء كانت نظيفة والتسليم، وإذا لم تكن خالية من خطأ، وما هي الخطوات التي اتخذت لوضع الأمور في نصابها الصحيح.



• انطباع العميل الكلي للخدمة - مجاملة والمعرفة التقنية لموظفي Portakabin ، والقيمة مقابل المال، وما إذا كانت تلقت "راحة البال".

حجم الردود يوفر البيانات الكمية، والتي تبين مدى نجاح الشركة تقوم في كل منطقة. في جميع المسائل، فإنه قد تحسن خلال أربع سنوات من متوسط درجة من 8.2 إلى 9. يستخدم Portakabin الردود الفردية على الفور خدمة جيدة للغاية حتى يمكن للموظفين أن أثنى على نحو ملائم. كما أنها تستخدم النتائج لمعالجة المشاكل بسرعة يجب أن تنشأ.

## تحسين خدمة العملاء

ليرتبط التميز في الخدمة مع ولاء العملاء، Portakabin حريصة على مواصلة تحسين ذلك. أعطت كبار المديرين خدمة العملاء مكانة عالية وجميع الإدارات جعل التميز في الخدمة أولوية للعملاء الداخليين والخارجيين. داخليا، هو علامة نجاح تصل في كتيب موظفي الخدمة الأسطوري والإحاطة والعملاء مجلة الشركة الشهرية، من الداخل. هذه أمثلة على خدمة جيدة وحصاة ملاحظات العملاء مع الموظفين - وهذا هو مثال على البيانات النوعية. التعليقات وتشمل:



'شكرا جزيلاً لجهودكم في الواقع خدمة سريعة وفعالة وشاملة في الآونة الأخيرة. لدينا جميع المباني Portakabin ثلاثة في مكان مع ما يقرب كان إشعار أسبوع واحد رائع حقاً" !

"طوال مفاوضاتنا والتعامل مع Portakabin ، كنا سعداء مع الخدمة التي تلقيناها. ونحن لن يتردد في أن يوصي Portakabin إذا كان هذا هو نوع من الخدمة التي يمكن توقعها من شركاتهم وفقا لمعايير."

يمكن للعملاء الخارجيين رؤية الالتزام المتميز في الخدمة من خلال إعادة إطلاق موثيق العملاء. موثيق جديدة تؤكد على مستويات الخدمة التي تجعل Portakabin مختلفة من المنافسة. يجري تعزيز هذه الموثيق داخليا وخارجيا.

## الخلاصة

فمن الواضح ل Portakabin أن خدمة العملاء الجيدة أمر حيوي. وهي تدرك أن رضى العملاء تعود علي عملها، وضمان أن يتم إجراء أرباحا جيدة. وهي تساعد أيضا على بناء سمعة طيبة. نعمل بجد للتأكد من أن هذا يحصل حتى أفضل، Portakabin يستخدم أبحاث السوق وأنواع مختلفة من البيانات للتأكد من أنه يحصل على رسالة واضحة حول ما الزبائن لا ولا يحبون. فهو يعرف أنه إذا يتلقى العملاء خدمة جيدة "هذه المرة، في المرة القادمة، في كل مرة"، ثم هم أكثر عرضة للعودة.

