

## همکاری سروشان با بزرگان صنعت ابزارآلات ایران



در گفت‌وگوی مجله سروش خدمات با معاون اجرایی آروا مطرح شد:

**رشد پایدار در گروه پراختن  
به انتظارات مشتریان**



۶

گفت‌وگوی سروش خدمات با دامون دریایی معاون خدمات پس از فروش توسن

**تلاش در ارائه محصول  
با کیفیت نوعی خدمات است**



۱۲

مدیر واحد خدمات پس از فروش زیمبرگ در گفت‌وگو با سروش خدمات:

**ارزش واقعی یک شرکت  
به مشتریان پایدار آن است**



۲۰

مدیر خدمات پس از فروش کنزاکس به مجله سروش خدمات گفت:

**خدمات پس از فروش مطلوب  
یعنی رشد و ماندگاری برند**



۲۲

مجله سروش خدمات از همه صاحب نظران در حوزه خدمات دعوت می نماید تا با ارسال مقاله و یادداشت با محوریت خدمات پس از فروش در افزایش تراز آگاهی فعالان این صنعت سهیم باشند.

فراخوان ارسال مقاله و یادداشت با محوریت خدمات پس از فروش در فصلنامه تخصصی «سروش خدمات»

یادداشت ها و مقاله های برگزیده در فصلنامه سروش خدمات و وبسایت شرکت سروشان منتشر می شوند.



مطالب خود را به نشانی الکترونیکی [bulletin@sorooshan.com](mailto:bulletin@sorooshan.com) ارسال کنید.





**پویا و متمایز**

[www.sorooshan.com](http://www.sorooshan.com)

۲۸ دیدار سروشان با بزرگان صنعت لوازم خانگی ایران  
گزارش تصویری از متن و حاشیه بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی

۲۹ مدیر امور نمایندگان شرکت تیراژ دیزل به مجله سروش خدمات گفت:  
در شرکت‌های موفق کفه خدمات پس از فروش سنگین‌تر از فروش است

۳۰ وقتی سروشان و ایران هیوندای دست همکاری دادند  
در خرید ابزارآلات چه نکاتی را باید رعایت کرد؟

۳۱ مدیر خدمات پس از فروش کنزاکس به مجله سروش خدمات گفت:  
خدمات پس از فروش مطلوب یعنی رشد و ماندگاری برند

۳۲ مدیر واحد خدمات پس از فروش زیمرگ در گفت‌وگو با سروش خدمات:  
ارزش واقعی یک شرکت به مشتریان پایدار آن است

۳۳ از خدمات پس از فروش در حوزه ابزارآلات چه می‌دانید؟

۳۴ روش عالی فروش و خدمات پس از فروش

۳۵ گفت‌وگوی سروش خدمات با دامون دریایی معاون خدمات پس از فروش توسن  
تلاش در ارائه محصول با کیفیت نوعی خدمات است

۳۶ رویکردهای مدرن برای ارائه خدمات به مشتریان در دنیای مدرن  
چرا سروشان انتخاب برترین‌ها است؟

۳۷ در گفت‌وگوی مجله سروش خدمات با معاون اجرایی آروا مطرح شد:  
رشد پایدار در گرو پرداختن به انتظارات مشتریان

۳۸ سرمقاله / رفاقت دیرین بزرگان صنعت ابزار با «سروشان»

## روتن خدمات

فصلنامه داخلی شرکت مشاورین نرم‌افزار سروشان پارس  
به شماره ثبت ۲۹۳۹۷۷۰۲۰۲ سال هفتم . شماره ۲۲ . پاییز ۱۴۰۲  
Soroosh-e Khadamat Bulletin. Issue 22. Fall 2023

تمام حقوق مادی و معنوی فصلنامه داخلی سروش  
خدمات متعلق به شرکت مشاورین نرم‌افزار سروشان  
پارس بوده و هرگونه استفاده از مطالب آن با اجازه  
کتبی و ذکر منبع بلامانع است.

نشانی دفتر مرکزی و سازمان فروش: تهران. خیابان طالقانی. تقاطع  
سپهبد قرنی، جنب هلال احمر. پلاک ۲۰۲. طبقات ۴ و ۶  
نشانی سازمان پشتیبانی: تهران. خیابان سپهبد قرنی. بالاتر از خیابان  
طالقانی. پلاک ۱۰۸. طبقه اول شمالی و جنوبی

تماس با ما:  
دفتر مرکزی: ۵۸۲۲۷  
سازمان فروش: ۸۸۹۰۲۸۰۰ (خط ۲۰)  
سازمان پشتیبانی: ۸۷۷۰۰۲۰ (خط ۳۰)  
وب سایت: www.sorooshan.com  
ایمیل: bulletin@sorooshan.com

تحریریه: نعیم نوربخش، سپیده کلارستانی،  
امید حسین‌نژاد. نیما نوربخش

مدیر هنری: سعید قره‌خانی

سر دبیر: نیما نوربخش

شورای سیاستگذاری:  
نوید مطهر. حسین اسحاق. بهنام سعادت‌مند

مدیر مسئول: نوید مطهر

به نام خداوند بخشنده و مهربان

# رفاقت دیرین بزرگان صنعت ابزار با «سروششان»

سروششان، افتخار همکاری با شرکت‌هایی

را دارد که در صدر صنعت ابزارآلات ایران

می‌درخشند

شرکت مشاورین نرم‌افزار سروشان پارس در سال ۱۳۸۰ تأسیس گردید و در همان مقطع زمانی با توجه به خلاء وجود راهکارهای نرم‌افزاری در مدیریت خدمات پس از فروش و نیز درک صحیح از وجود چنین ضرورتی، فعالیت خود در این زمینه را بر اساس مطالعات میدانی آغاز نمود. فعالیتی که با نگاهی برخاسته از واقعیت‌های موجود در این حوزه به شناسایی نیازها و روال‌های موجود پرداخته و نیز با استانداردهای آنها به طراحی محصول نرم‌افزاری سروشان پردازد. هدف نهایی این طرح، تهیه جامع‌ترین راهکار نرم‌افزاری مدیریت خدمات پس از فروش در ایران بود به نحوی که بتواند ضمن پوشش فرآیندها و نیازهای عمومی همه صنوف، نیازهای بومی هر صنف را نیز پاسخگو باشد. نتیجه چنین اقدامی همراه با بهره‌گیری از کادری آموزش دیده، متخصص و باتجربه، محصول نرم‌افزاری سروشان را به محصولی ویژه و ممتاز تبدیل نمود به نحوی که امروزه بیش از ۶۵۰ شرکت در کسب و کارهای بزرگ، متوسط و کوچک با توجه به نیازهای خود از نسخ نرم‌افزار سروشان استفاده می‌کنند.

اجرای شدن این نرم‌افزار شرکت‌های معظم تولیدکننده و واردکننده و استفاده از تجربیات ارزشمند مشتریان، محصول نرم‌افزاری سروشان را به جامعیت بسیار نزدیک کرده است. از طرفی حضور موفق در تمامی صنوف، انعطاف‌پذیری بالای چنین محصولی را نشان می‌دهد که می‌تواند با درصد قابل قبولی همسوی با نیازهای

طیف وسیعی از شرکت‌ها گردد. این جامعیت و انعطاف‌پذیری بالا در کنار نگاه تخصصی و دانش‌محور این شرکت و طیف وسیع مشتریان معظم و استفاده از تجربیات آنها سبب گشته در بین فعالان این حوزه راهکار جامع نرم‌افزاری سروشان، راهکاری کارآمد و قابل اعتماد باشد.

شایان ذکر است در سال‌های اخیر شرکت سروشان در راستای رسالت حرفه‌ای خود بر آن گشته تا از سطح یک راهکار تخصصی در حوزه خدمات پس از فروش به سطح یک راهکار جامع یکپارچه ارتقاء یابد تا شرکت‌ها از استفاده همزمان و جزیره‌ای از نرم‌افزارهای جداگانه و دوباره کاری‌های موجود رهایی یابند در همین راستا و در گام نخست، ضرورت یکپارچگی راهکار خدمات با حوزه مالی بیش از دیگر حوزه‌ها احساس می‌شد. به همین خاطر تهیه و ارائه راهکار مالی نرم‌افزار سروشان در دستور کار این شرکت قرار گرفت و در حال حاضر بیش از ۱۰ سال است که راهکار مالی سروشان در سبد فروش شرکت قرار گرفته و به شرکت‌های معظم ارائه می‌گردد. از آنجا که این راهکار نرم‌افزاری برخلاف راهکارهای مالی موجود در بازار، علاوه بر نگرش بازرگانی با نگرش خدماتی نیز طراحی شده به جرأت می‌توان گفت اولین راهکار مالی تخصصی و جامع در حوزه خدمات پس از فروش است.

اما همه اینها را گفتیم تا برسیم به موضوع این شماره از مجله سروش خدمات و صنعت ابزارآلات در ایران. ناگفته مبرهن است در صنعت ابزارآلات، محصولات موجود به‌عنوان ابزاری در کسب و کار و ایجاد درآمد بخشی از جامعه مطرح است و از این رو مشتریان چنین محصولاتی در لحظه خرید در کنار کیفیت و دوام، موضوع خدمات پس از فروش مناسب را به شکل ویژه‌ای مدنظر قرار می‌دهند. در سال‌های اخیر مطرح‌ترین شرکت‌های فعال در این صنعت در زمره مشتریان شرکت سروشان قرار گرفته‌اند و بررسی‌های میدانی به خوبی نشان داده که پیاده‌سازی راهکارهای نرم‌افزاری سروشان در این شرکت‌ها باعث ارتقا و رشد کیفی خدمات پس از فروش در آنها شده و چنین رشدی در فروش محصولات آنها تأثیر بسزایی داشته است. به نحوی که در حال حاضر این قبیل شرکت‌ها سهم بیشتری از فروش در بازار مصرف را به خود اختصاص داده‌اند. شرکت مشاورین نرم‌افزار سروشان پارس افتخار همکاری با شرکت‌هایی را داشته که در این صنف و در حوزه‌های ابزارآلات برقی، ابزارآلات بادی و ابزارآلات جوشکاری فعالیت می‌کنند و در صدر فهرست صنایع موفق ایران می‌درخشند.



After sales  
**SERVICE**

در گفت‌وگوی مجله سروش خدمات با معاون اجرایی آروا مطرح شد:

## رشد پایدار در گرو پرداختن به انتظارات مشتریان



نعیم نوربخش  
سروش خدمات

شرکت آروا از جمله مجموعه‌های پیشرو در صنعت ابزار ایران و از جمله مشتریان صاحب‌نام شرکت سروشان در عرصه خدمات پس از فروش است. این مجموعه با تدوین استراتژی‌های درست و بهره‌گیری از راهکارهای جامع تحت وب نرم‌افزار سروشان، روند صعودی رشد خود را با سرعت و دقتی بیش از پیش می‌پیماید. در این بخش به سراغ علی نادعلیان معاون اجرایی شرکت آروا رفته‌ایم تا با او به این روندها، نگاهی دوباره بیندازیم. ناگفته نماند نادعلیان فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مهندسی صنایع و دانشجوی دکتری مدیریت استراتژیک است و در کارنامه کاری وی، ۲۲ سال سابقه کار در صنایع خودرو، EPC و FMCG به چشم می‌خورد.

**روننژدهات** - به نظر شما نیازهای مشتریان امروز صنعت ابزارآلات در مقایسه با دهه‌های گذشته چه تغییری داشته و شرکت آروا در این زمینه چه تمهیداتی را مدنظر قرار داده است؟

مستحضر هستید که توسعه پایدار سازمان‌ها، مستلزم دارا بودن تفکر استراتژیک در تمامی ابعاد کسب و کار است. زمینه‌سازی رشد پایدار شرکت آروا نیز از چند منظر قابل بررسی است که مهمترین آن پرداختن به نیازها و انتظارات مشتریان به عنوان مهمترین ذینفع سازمان است. طی سه سال اخیر و همراه با رشد و توسعه سطح نیازها و انتظارات مشتریان، شرکت آروا هم نسبت به توسعه زیرساخت‌های خود جهت پاسخگویی به نیازهای مشتریان اقدام نموده است. مواردی از قبیل:

- ایجاد بستر بسیار مطلوب در حوزه قطعات یدکی به نحوی که این زیرساخت حامی خدمات پس از فروش سایر برندهای صنعت ابزار نیز شده است.

- توسعه کمی نمایندگی‌ها و مراکز مجاز خدمات پس از فروش به نحوی که در حال حاضر گسترده‌ترین سطح خدمات پس از فروش در صنعت ابزار را شاهد هستیم.

- توسعه سطح کیفی نمایندگی‌ها و مراکز مجاز خدمات پس از فروش با استفاده از تدوین و اجرایی شدن اولین الزامات نمایندگی‌های خدمات پس از فروش صنعت ابزار کشور

**روننژدهات** - آیا شرایط سخت اقتصادی و تحریم‌های بین‌المللی در سالیان اخیر، تاثیرات چشمگیری بر رفتار





## 66

### علی نادعلیان : در تدوین استراتژی‌های خدمات پس از فروش شرکت آروا نگاه ویژه‌ای به نیازها و انتظارات مشتریان به عنوان مهمترین ذینفعان سازمان داشته‌ایم و این امر موجب شده تا شرایط بسیار عالی را در شاخص میزان رضایت مشتریان در حوزه خدمات پس از فروش شاهد باشیم

سرمایه‌گذاری قابل توجه در بخش تولید علاوه بر رونق تولید توانسته نیاز بازار را به واردات کاهش داده و علاوه بر ممانعت از خروج ارز از کشور، تامین خدمات مطلوب را برای مشتریان فراهم کند.

**روننرخدمات** یکی از عوامل خدمات پس از فروش مناسب، توجه به حقوق مصرف‌کننده است. این حقوق را در سیاست‌های کاریتان چگونه اعمال و لحاظ می‌کنید؟

در تدوین استراتژی‌های خدمات پس از فروش شرکت آروا، نگاه ویژه‌ای به نیازها و انتظارات مشتریان به عنوان مهمترین ذینفعان سازمان داشته‌ایم و این امر موجب شده تا شرایط بسیار عالی را در شاخص میزان رضایت مشتریان در حوزه خدمات پس از فروش شاهد باشیم. اقداماتی که در ابتدای مصاحبه به آنها اشاره شد از قبیل ایجاد بانک قطعات یدکی، توسعه کمی و کیفی نمایندگی‌های خدمات پس از فروش توانسته میزان رضایت مشتریان را به میزان قابل قبولی فراهم نماید.

مشتریان در صنعت ابزار داشته است؟ این تاثیرات موجب چه چالش‌ها و پویش‌هایی در مجموعه آروا شده است؟

طبق مبانی نظری علم اقتصاد، قدرت خرید مصرف‌کننده نقش مهمی در رفتار مصرف‌کننده ایفا می‌کند و به طور کلی مصرف‌کنندگان قبل از تصمیم‌گیری برای خرید محصول و یا خدمات، میزان قدرت خرید خود را تجزیه و تحلیل می‌کنند. طبیعتاً مصرف‌کنندگان در صنعت ابزار نیز از این قاعده مستثنی نیستند و متاثر از شرایط اقتصادی، اولویت‌های آنها نیز مطابق الگوهای معتبری از قبیل هرم مازلو دستخوش تغییر خواهد شد. البته این موضوع را از منظر دیگری نیز می‌توان مورد توجه قرارداد. تحریم‌ها و ساختار اقتصادی فعلی باعث ایجاد انگیزه در صاحبان سرمایه در بخش خاصی از صنعت شده است تا بتوانند با استفاده از ظرفیت‌های ملی نسبت به کاهش تاثیر اتفاقات بین‌المللی بر صنعت و تبدیل تهدید به فرصت اقدام نمایند. شرکت آروا نیز با

## چرا سروشان انتخاب برترین‌ها است؟

شوند؟ سروشان متشکل از ماژول‌های مختلفی است که ارتباط یکپارچه و معناداری با هم دارند و طیف وسیع مخاطبان در کنار قدمت همکاری بزرگان صنایع که در برخی موارد به اندازه عمر خود سروشان است این نوید را به مشتریان آینده می‌دهد نیازهایی که ممکن است روزی دغدغه شود پیشتر توسط سروشان شناسایی، تحلیل و برایشان راهکارهای نرم افزاری ارائه شده و اگر هم نشده باشد این شرکت توانایی رفع این دغدغه را بدون شک خواهد داشت.

### ■ پشتیبانی:

هر شرکت نرم‌افزاری ولو ارائه‌کننده بی‌نقص‌ترین راهکارهای نرم‌افزاری بدون داشتن یک پشتیبانی آموزش دیده و پاسخگو در کمترین زمان نمی‌تواند رضایت مشتریان خود را همراه داشته باشد. رفتار شرکت‌های نرم‌افزاری در هنگام بروز یک عارضه تعیین‌کننده تمایزهای آنها با رقبایشان محسوب می‌شود. سروشان با اتکا به سازمان پشتیبانی خود که متشکل از حدود ۵۰ کارشناس خبره است توانسته در حد مطلوبی این دغدغه مشتریان را بر طرف نماید و احترام و اطمینان متقابل را تضمین نماید.

### ■ سوابق اجرایی:

سوابق اجرایی یک نرم‌افزار ادله خوبی برای توانمندی و عدم توانمندی آن است. هر قدر سوابق اجرایی موفق‌تر باشد نشان دهنده مقبولیت آن نرم‌افزار است. حضور بزرگان صنایع مختلف در لیست مشتریان سروشان و داشتن بیش از ۶۵۰ مشتری توانسته رزومه مطلوب و آرامش خاطر برای مشتریان آینده سروشان به وجود آورد که معتبرترین برندهای هر صنعت در حال استفاده از آن هستند.

### ■ یکپارچگی:

یکی از مهمترین ویژگی‌های یک نرم‌افزار، یکپارچگی و وجود ارتباط منطقی بین بخش‌های گوناگون است. بهبود کارایی، کاهش خطاهای احتمالی، سهولت در استفاده، بهبود تجربه کاربران و کاهش هزینه‌ها از ویژگی‌های یکپارچگی نرم‌افزار محسوب می‌شود. سروشان توانسته این روابط منطقی و پایدار را در بین راهکارها، ماژول‌ها و کنسول‌های خود ایجاد نماید و به واسطه همین یکپارچگی است که تمام راهکارهای سروشانی مورد استقبال مشتریان قرار گرفته است.

### ■ جامعیت:

یکی از دغدغه‌های مدیران ارشد هر سازمانی برای تهیه یک نرم‌افزار، بحث جامعیت آن است. اینکه تا چه اندازه می‌تواند پاسخ درخوری برای فرآیندهای داخلی آنها داشته باشد؟ سروشان با نزدیک به ۲۰ سال سابقه فعالیت و همکاری با بیش از ۵۰۰ شرکت بزرگ در صنایع و صنوف مختلف نشان داده به جامعیت نزدیک است؛ فرض کنیم سروشان هیچ آورده‌ای از خود نداشت و در طول این ۲۰ سال در فاز اجرا و عملیاتی شدن داده‌های اکتسابی را تحلیل و به داشته‌های خود اضافه کرده باشد پس دور از انتظار نیست که در مسیر رسیدن به جامعیت در انتهای راه قرار داشته باشد. حال اینکه سروشان خود به عنوان یک مشاور ارشد در خدمات پس از فروش به موازات نرم‌افزار خود سابقه بیست ساله دارد.

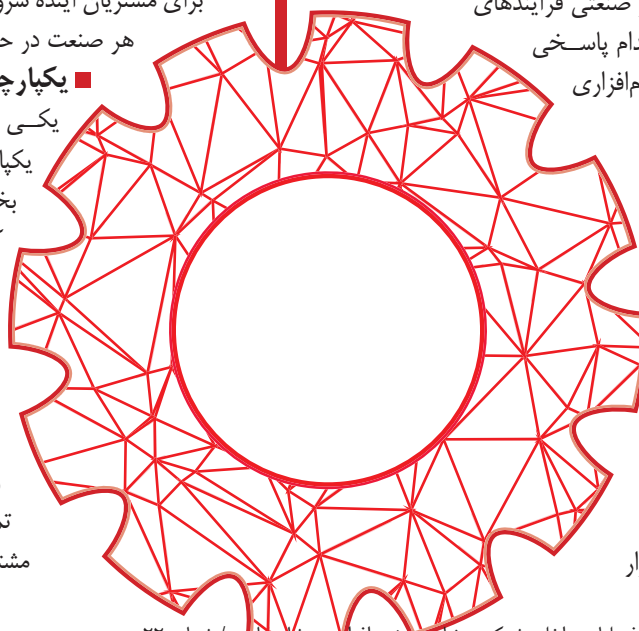
### ■ انعطاف پذیری:

شرکت‌هایی مانند سروشان که راهکارهای نرم‌افزاری آنها پکیج محور هستند بایستی از ابتدا به موضوع انعطاف‌پذیری نرم‌افزار خود دقت ویژه‌ای داشته باشند چرا که یکی از دغدغه‌های اصلی مشتریان آنها محسوب می‌شود به خصوص در حوزه تخصصی خدمات پس از فروش که گاهی فرآیندهای بسیار متفاوتی در صنایع و صنوف گوناگون وجود دارد و همگی استانداردهای خود را دارند. آیا اگر سروشان به درجه‌ای از مقبولیت در انعطاف‌پذیری نرسیده بود تنوع مشتریانش در صنایع مختلف از موبایل و لوازم خانگی و ابزارآلات تا خودرو و تهویه و حتی منسوجات وجود داشت؟ مقتضیم به حضور موفق در صنایع و صنوف متنوع که توانسته‌ایم در زمان ورود به هر صنعتی فرآیندهای

آنها را رصد، تحلیل و برای هر کدام پاسخی منطقی در قالب راهکارهای نرم‌افزاری ارائه نماییم.

### ■ توسعه پذیری:

یکی از کابوس‌های مدیران ارشد در زمان انتخاب نرم‌افزار و صرف هزینه و گماردن نیروی انسانی جهت آموزش یک نرم‌افزار بحث توسعه‌پذیری آن است. آیا با گسترش فعالیت‌ها و توسعه فرآیندها در آینده باز هم این نرم‌افزار پاسخگوی نیازهای ما هست یا بایستی هزینه‌ها دوباره تکرار





## راهکارهای افزایش فروش



اخذ مشاوره های لازم از  
مشاورین بازاریابی  
استخدام فروشندگان  
حرفه ای و برتر



انجام پژوهش های لازم در  
مورد خصوصیات محصول  
و بازار



ایجاد رابطه دوستانه و  
صادقانه با مشتری  
تشکر از فروشندگان و  
انگیزه بخشی



خدمات پس از فروش  
مناسب  
ایجاد ارزش برای مشتری



وفادار نمودن مشتری  
توجه به کیفیت محصول



تبلیغات محصول یا کالا در  
فضاهای مجازی  
قیمت گذاری درست

# رویکر دهکدهای مدرن برای ارائه خدمات به مشتریان در دنیای مدرن

## ■ چرا خدمات مشتریان اهمیت دارد؟

منظور از خدمات مشتریان در این مقاله حمایت و پشتیبانی از مشتریان پیش و پس از فروش محصول است و همچنین استفاده از کالاهای و خدماتی است که به واسطه آنها مشتریان بتوانند تجربه خریدی آسان و لذتبخش از کسبوکار شما داشته باشند. ممکن است برای برخی آسان نباشد که در تمام موارد بین تجربیات مثبت مشتریان با عملکرد سازمان یک ارتباط معنادار برقرار کنند. در نتیجه ممکن است برای برخی صاحبان کسبوکار نیز دشوار باشد که توجیه معقولی برای افزایش هزینه کرد در روال کار یک کسبوکار برای بهبود تجربه خرید از سوی مشتریان ارائه کنند. خدمات مشتریان به چند طریق می‌تواند روی عملکرد یک کسبوکار اثرگذاری مثبت داشته باشد که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌کنیم:

تجربیات مطلوب مشتریان به افزایش وفاداری می‌انجامد. مطالعاتی چند نشان داده‌اند که کیفیت تجربه مشتری رابطه مستقیمی با حفظ مشتری دارد. به طور مثال PWC در مطالعات خود نشان داده است که ۳۲ درصد از مشتریانی که به یک نمانام (برند) دلایسته بودند تنها پس از یک تجربه خرید منفی، معامله با آن کسبوکار را به کلی کنار گذاشتند.

جف بزوس جمله‌ای دارد که اکنون مشهور شده است. او می‌گوید در دنیای واقعی یک مشتری که تجربه خرید نامطلوبی داشته است دست کم به شش نفر از حلقه دوستانش این واقعه را انتقال خواهد داد. اما در فضای مجازی اگر مشتری چنین تجربه‌ای را داشته باشد می‌تواند آن را به شش هزار نفر دیگر انتقال دهد. در دنیای امروز جهان برخط و غیر برخط در هم ادغام شده‌اند و به همین دلیل فروشگاه‌های فیزیکی نیز باید این را درک کنند که تجربه خرید مشتریان چه تأثیری بر شهرت آنها خواهد داشت.

حمایت از مشتریان زمانی که خدمات و کالاهای برای نخستین بار عرضه می‌شوند اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در این مرحله از فرایند خرید معمولاً مشتری باید روال‌ها و فرایندهای تازه‌ای مرتبط با نمانام و محصولات آن را فراگیرد. مشتری هر چه پشتیبانی بیشتری در کوتاه‌مدت یا بلندمدت تجربه کند، احتمال بیشتری دارد که به محصول فروخته‌شده وفادار بماند. در نهایت خدمات مشتریان را باید بخشی از زنجیره عرضه یک خدمت یا کالا قلمداد کرد چرا که ارتباط مستقیمی با تعامل مشتری با آن محصول یعنی استفاده، بهره بردن و لذت بردن از آن دارد.

## ■ خدمات مشتری مطلوب و نامطلوب

پس از درک اهمیت خدمات مشتریان، این پرسش منطقی مطرح می‌شود که «چطور می‌توان خدمات مطلوبی به مشتریان ارائه داد تا تجربه خریدی مثبت داشته باشند؟». در خصوص پاسخ به این پرسش مکاتب فکری متفاوتی وجود دارد. به طور مثال «وارن بافت» می‌گوید که تنها راهی کردن مشتری کافی نیست بلکه مشتری باید خرسند باشد. برخی متخصصان این حوزه کاملاً با این گفته موافقت و فلسفه خدمات مشتری خود را به کلی روی چنین پنداشتی بنا کرده‌اند. به طور مثال هاب‌اسپات استفاد از «شاخص خرسندی مشتریان» را توصیه می‌کند تا تعیین شود که مشتریان تا چه میزان از خرید خدمات و کالاهای شما خرسند هستند. اما برخی با این دیدگاه مخالفند.

پژوهشی که توسط نشریه کسبوکار هاروارد منتشر شده است با عمق بیشتری به بررسی تأثیر خدمات مشتریان بر وفاداری آنها به یک نمانام پرداخته است و تعیین کرده است که چه اقداماتی بیشتر منجر به تحقق هدف وفاداری می‌شوند. یکی از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش یادشده این است که خرسند کردن مشتری به وفاداری منتهی نمی‌شود اما کاهش مراحل خرید و کاستن از تقاضای مشتری برای خرید یک محصول به تحقق هدف وفاداری کمک می‌کند.

در بررسی این دیدگاه‌های متغایر باید در نظر داشته باشیم که برای پرسش مطرح‌شده نمی‌توان یک پاسخ جامع و فراگیر برای تمام موارد ارائه کرد. همچنین بسیار مهم است که به یاد داشته باشیم طیف گسترده‌ای از سایر عوامل مانند انتظاراتی که جامعه هدف یعنی مشتریانی خاص دارند، کالا یا خدمتی که منظور نظر است و فرهنگی که بر سازمان فروشنده حاکم است، در تجربه خرید دخیل هستند. بنابراین کسبوکارها به جای اخذ فلسفه خدمات مشتری از خارج باید به نیازهای خاص مشتریان خود توجه کنند و سپس با در نظر گرفتن آنها اطمینان حاصل کنند که واحد خدمات مشتری آنها می‌تواند آن نیازهای خاص را پوشش بدهد.

## ■ اثرگذاری تجربه مشتری بر خدمات ارائه شده توسط کسبوکار

واضح است که خدمات مشتریان بخشی بسیار اثرگذار بر تجربه مشتریان است. اما آنچه شاید کمتر به چشم بیاید نقشی است که کارمندان در ارائه خدمات به مشتریان ایفا می‌کنند. تجربه کارمندان یا همان مجموع تعاملاتی که یک کارمند با کارفرما دارد بر ابعاد بی‌شماری از یک



نعیم نوربخش  
سروش خدمات

در پاسخ به چرایی اهمیت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان (قبل و بعد از فروش) بهترین نقطه برای آغاز این است که به طور دقیق ارزش این خدمات را در نگاه هر دو طرف یعنی هم کسبوکار و هم مشتری درک کنیم. کسبوکار را می‌توان فرایندی هدفمند تعریف کرد که عموماً روی ارزش‌سازی و کسب سود متمرکز است. خدمات مشتریان نیز چنان که در ادامه توضیح داده می‌شود نقشی حیاتی در ایجاد ارزش داشته و روی عملکرد یک کسبوکار اثرگذار است. بنابراین بسیار مهم است که در باییم خدمات مشتریان چیست و چگونه باید آن را ارائه کنیم؟

نیازهای مشتریان در حال تحول دائمی است. در نتیجه برای به روز ماندن کسب و کارها باید آمادگی برای مواجهه با تحولات جاری را حفظ کنند. استفاده از داده‌ها و اطلاعات وارده از سوی مشتریان برای تصمیم‌گیری درباره فرایند خرید به کسب و کارها امکان می‌دهد تا با تحولات روز وفق‌پذیری بیشتری داشته باشند و تجربیاتی از خرید را برای مشتریان رقم بزنند که نزد ایشان مطلوبیت بالاتری داشته باشد.

### ■ وضعیت جاری خدمات مشتریان

انتظارات مشتریان در تحول دائمی است و عوامل متعددی وجود دارند که به شکل‌گیری انتظارات تازه می‌انجامند. زمان، فرهنگ، اوضاع اقتصادی و پیشرفت‌های فناوری تنها نمونه‌هایی از این عوامل اثرگذار هستند. به طور مثال امروزه فناوری دیجیتال به عامل بسیار مؤثری بر خدمات مشتریان تبدیل شده است. در ادامه تنها به چند نمونه جاری از تحولات اثرگذار بر انتظارات مشتریان اشاره می‌کنیم:

ارائه خدمات برخط به مشتریان: برای هم‌گام ماندن با مصرف‌کنندگان دیجیتال امروزی، ارائه برخط خدمات به مشتریان دیگر یک گزینه دلخواه نیست بلکه به یک ضرورت تبدیل شده است. این در بسیاری از موارد به این معنی است که یک کسب و کار باید بتواند از طریق کانال‌های محبوب مشتری مانند ای‌میل، شبکه‌های اجتماعی یا تلفن ثابت با او ارتباط برقرار کند. با استفاده از فناوری درست ارتباطی کسب و کارها می‌توانند ضمن کاهش دادن پیچیدگی فرایند خرید تجربه بهتری را برای مشتریان فراهم کنند.

**اتوماسیون و سلف‌سرویس:** اتوماسیون یا خودکارسازی یک روش برای کاهش پیچیدگی و کاستن از حجم کار کارمندان و هم‌زمان تسهیل فرایند ارائه خدمات به مشتریان است. به طور مثال چت‌بات‌ها، دستیاران مجازی و درگاه‌های خدمات سلف‌سرویس مبتنی بر وب می‌توانند به مشتریان کمک کنند تا سریع‌تر و بدون نیاز دخالت عامل انسانی پاسخ پرسش‌های خود را بیابند. پرداخت بدون تماس: گزینه‌های پرداخت بدون برقراری تماس مانند کیف پول‌های دیجیتالی مدتی است که برای عموم در دسترس قرار گرفته‌اند. به دنبال بروز همه‌گیری ویروس کووید استفاده از این پلتفرم‌ها رواج بیشتری پیدا کرد. در برخی از موارد استفاده از این گزینه بر سایر ابزارها ارجحیت دارد. در دوران پس از همه‌گیری کسب و کارها باید آماده باشند که به نیازهای مشتریان بیشتری که به این روش پرداخت علاقه‌مند هستند پاسخ بدهند. در پایان باید گفت که با توجه به تحولات جاری در بازارها متخصصان ارائه خدمات به مشتریان باید ارتباط خوبی با جمعیت مشتریان هدف خود برقرار کنند و آمادگی پیدا کنند تا تجربیات خرید مطلوبی مطابق با نیازهای مشتریان خود رقم بزنند.

کسب و کار تأثیر می‌گذارد که شامل خدمات مشتریان نیز می‌شود. محیط کار، فرهنگ سازمان، مدیریت و سایر ابعاد تجربه کارمندان اثرگذاری مستقیم روی شاخص‌هایی مانند کارایی، عملکرد و رضایت شغلی آنها دارد.

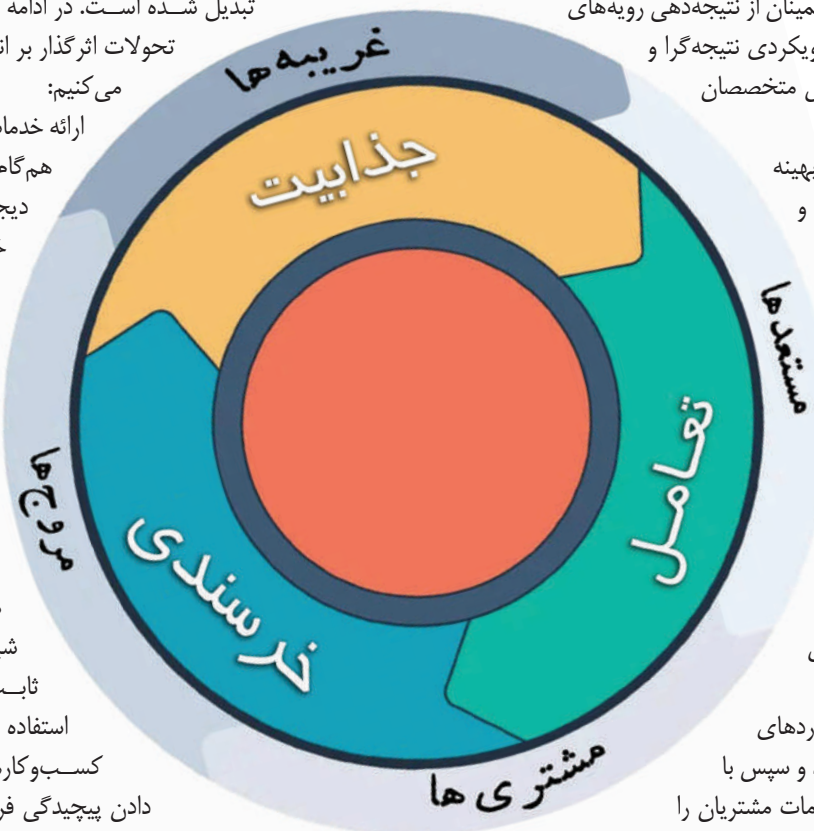
وقتی کارمندان دارای محیط مناسب کاری و مهارت‌ها و ابزارهای مناسب باشند از آمادگی و انگیزه بسیار بالایی برای تحویل محصول به مشتریان برخوردار می‌شوند. به طور مثال یکی از بهترین روش‌ها برای اثرگذاری مستقیم بر بهبود مطلوبیت خدمات مشتریان و هم‌زمان بالا بردن کارایی کارمندان این است که نرم‌افزارهای مدرنی مانند CRM و سایر ابزارها در اختیار کارمندان قرار داده شود که با ارائه سلف‌سرویس امکاناتی مانند پلتفرم‌های وفق‌پذیری دیجیتال یا DAPPS را فراهم بیاورد.

### ■ بهترین رویه‌ها برای سنجش و بهبود خدمات مشتریان

یکی از بهترین روش‌ها برای اطمینان از نتیجه‌دهی رویه‌های ارائه خدمات به مشتریان اتخاذ رویکردی نتیجه‌گرا و مبتنی بر داده است. به طور خاص متخصصان خدمات مشتریان باید:

- ۱- اهدافی متناسب با عملکرد بهینه سازمانی، رضایتمندی مشتریان و سایر شاخص‌های مهم مشخص کنند.
- ۲- راهبردهایی برای ارائه خدمات به مشتریان و برنامه‌هایی برای تحقق آنها تدوین کنند.
- ۳- مجموعه‌ای از شاخص‌های کلیدی عملکردی (KPI) تعیین کنند که بتواند برای درک سلامت و تعیین میزان بازده سرمایه‌گذاری در خدمات مشتریان به کار بیاید.
- ۴- به طور مداوم اطلاعات و بازخوردهای خرید مشتریان را گردآوری کنند و سپس با استفاده از اطلاعات جمع‌شده خدمات مشتریان را در طول زمان ارتقا ببخشند.

یک رویکرد مبتنی بر داده به چند دلیل دارای مزیت است. نخست این که کسب و کارها به این طریق می‌توانند شاخص‌هایی برای مقایسه ایجاد کنند که بسیار مفید واقع می‌شوند. این روش‌های مبتنی بر داده موجب می‌شوند که یک کسب و کار به جای توجه به مکتب‌های انتزاعی درباره خدمات مشتریان، روی احتیاجات فوری مشتریان خود متمرکز شود. آن مکتب‌ها ممکن است مفید باشند اما برای تولید ارزش واقعی از یک برنامه ارائه خدمات به مشتریان لازم است که مدیران کسب و کار روی داده‌های برآمده از جهان واقعی و نیازهای مشتریان خاص خودشان متمرکز شوند. متخصصان خدمات مشتریان می‌توانند تجربیاتی را از خرید طراحی کنند که همبستگی بیشتری با بازار هدف یک کسب و کار داشته باشد. هر مخاطب دارای نیازهای متفاوت و انتظارات منحصری فردی است. این نیازها به مجموعه‌ای از عوامل بستگی دارند که شامل نمانم، جمعیت هدف و صنعت مور نظر می‌شود. با در نظر گرفتن این ملاحظات متخصصان قادر خواهند بود تا تجربیاتی از خرید رقم بزنند که برای مخاطبان آشنا تر و مفیدتر باشند. رویکردهای داده‌پایه و مشتری محور مطلوبیت بیشتری دارند. اقتصاد و



# تلاش در ارائه محصول با کیفیت نوعی خدمات است

شرکت توسن از جمله مجموعه‌های پیشرو در بازار ابزارآلات ایران است. به همین منظور و برای آشنایی با چرایی و چگونگی روندهای موفقیت‌آمیز این شرکت با مدیر خدمات پس از فروش توسن به گپ و گفت نشستیم. دامون دریایی که فارغ‌التحصیل مدیریت تکنولوژی از دانشگاه علم و صنعت است از سال ۱۳۹۳ به عنوان معاون خدمات پس از فروش در شرکت توسن مشغول به کار است. در کارنامه وی مشاغل دیگری همچون مدیر کارخانه صنایع شبر ایران، مدیر امور نمایندگان مبین نت و مسئول تعمیر و نگهداری پالایشگاه نفت تهران به چشم می‌خورد.



نیما نوربخش  
سروش خدمات

– جذب منابع انسانی متخصص و کار آمد در حوزه خدمات پس از فروش  
– تامین به موقع قطعات یدکی  
– سطح دسترسی مناسب به شعب نمایندگی  
– اطلاع رسانی به موقع به مشتری  
– آموزش به مشتری، نماینده و پرسنل در حوزه خدمات و کالا

**روننژدیمات** آیا خدمات پس از فروش در صنایع ما به رکن اصلی در عرصه رقابتی بدل شده یا خیر؟ چرا؟

بله؛ شرکت توسن در صنعت ابزار از جنبه کیفیت و خدمات در رتبه نخست قرار دارد. منتهی در اثر عدم توجه دولت به واردات در طی چند سال اخیر برندهای جدیدی وارد بازار شده‌اند که توجه چندانی به این دو مبحث ندارند. به نظر بنده خدمات پس از فروش، شناسنامه واقعی محصول و شرکت است و می‌توان گفت که وجهه تمایز برند خوب میزان و کیفیت ارائه خدمات آن برند است.

**روننژدیمات** اقدامات شما برای داشتن واحد خدمات پس از فروش کارآمد چه بوده؟

ما در شرکت توسن، طی سال‌هایی که

**روننژدیمات** آقای دریایی از نگاه شما چه باید و نیایدهایی پیش روی ارائه‌کنندگان خدمات پس از فروش در صنعت ابزارآلات وجود دارد؟

تمامی شرکت‌ها در حوزه ابزار در تلاش برای ارائه بهترین خدمات پس از فروش هستند و دلیل اصلی این کار بالا نکه داشتن ارزش نام تجاری کسب‌وکارشان در ذهن مشتری است. خدمات پس از فروش یکی از معیارهای مناسب برای ارزیابی شرکت‌هاست. اما متأسفانه شرکت‌های ایرانی توجه شایسته‌ای به آن ندارند از این رو با وجود محصولات باکیفیت، به دلیل رعایت نکردن همین معیار مهم، بازار خود را بالقوه دچار مخاطره می‌کنند. اما شرکت توسن خدمات پس از فروش را سرلوحه سیاست کاری خود قرار داده است.

**روننژدیمات** اصولاً واحدهای خدمات پس از فروش کارآمد برای موفقیت به چه ابزارهایی نیازمندند؟ به اعتقاد من چند نکته در این راه اثرگذارند جمله:

– انتخاب درست و استفاده از نرم افزارهای تخصصی در حوزه خدمات پس از فروش





66

**دامون دریایی: حدود ۱۱ سال از همکاری ما با سروشان می‌گذرد و در طول این مدت توانستیم در زمینه‌های مالی، انبار، تعمیرگاه، امور مشتریان و CRM، امور نمایندگان و ارزیابی، سفارش‌گذاری و... با همکاری سروشان فرآیندهای منحصر به فردی راه‌اندازی نماییم**

گذشت سعی کردیم استانداردهای خدمات پس از فروش را رعایت نماییم و اصل مشتری‌مداری را راس کار خود قرار دادیم. در این راستا و برای تحقق هر چه بهتر این امر تکیه بر نرم‌افزار تخصصی سروشان را مبنای کار قرار دادیم.

**—روننژ خدمات— به نظر شما نرم‌افزارهای تخصصی در ارائه خدمات پس از فروش مطلوب چه نقشی دارند؟**

نرم افزارهای تخصصی در حوزه خدمات، نقش چشمگیری در سرعت و ارائه خدمات به مشتریان ایفا می‌کنند و باعث کاهش هزینه در حوزه منابع انسانی می‌گردند.

**—روننژ خدمات— آیا سروشان توانسته در بهینه‌سازی فرایندهای سازمانی نقش موثری ایفا کند؟**

ما در شرکت ابزار براق توسن، این افتخار را داریم که با نرم‌افزار سروشان از سال ۱۳۹۱ همکاری داریم و در طول این مدت تمامی حوزه کاری خدمات در نرم افزار سروشان مورد بررسی قرار گرفته و به صورت فرآیندی انجام می‌گردد و بواسطه کنترل‌های داخلی که دارد از بروز خیلی از اشتباهات جلوگیری می‌کند و با گزارشات متنوع آن می‌توان به راحتی پاسخگوی نیازهای مشتریان و کارفرما بود.

**—روننژ خدمات— این همکاری با سروشان به طور خاص در چه زمینه‌هایی صورت گرفته است؟**

حدود ۱۱ سال از همکاری ما با سروشان می‌گذرد و در طول این مدت توانستیم در زمینه‌های مالی، انبار، تعمیرگاه، امور مشتریان و CRM، امور نمایندگان و ارزیابی، سفارش‌گذاری و... با همکاری سروشان فرآیندهای منحصر به فردی راه‌اندازی نماییم.

**—روننژ خدمات— آیا الزام بهره بردن از نرم‌افزارهای جامع خدمات پس از فروش برای شرکت‌ها سودآور است؟**

قطعاً سودآور است. وجود نرم‌افزار یکپارچه در خدمات پس از فروش موجب سرعت بخشیدن به کارها با دقت بالا و کاهش هزینه در حوزه‌های دیگری همچون منابع انسانی می‌شود.

**—روننژ خدمات— آیا شرایط سخت اقتصادی سالیان اخیر تاثیرات مهمی بر رفتار مشتریان در صنف ابزار گذاشته است؟**

نمی‌توان گفت شرایط اقتصادی تاثیرگذار نبوده است. منتهی با یاری خداوند متعال و تلاش پرسنل شرکت توسن در این مدت سعی کردیم با کاهش هزینه تعمیرات و بالا بردن کیفیت قطعات، هزینه مشتریان در دوران خدمات را کاهش دهیم و با راه‌اندازی طرح‌های رایگان مانند امداد در دوران گارانتی و غیرگارانتی و طرح دستگاه جایگزین، پشتیبان مشتری در کسب و کارشان باشیم.

**—روننژ خدمات— و پرسش آخر اینکه شما کیفیت محصول را مهمتر می‌دانید یا کیفیت خدمات پس از فروش را؟**

هر دو گزینه حائز اهمیت هستند. از نظر بنده تلاش در ارائه محصول با کیفیت خودش نوعی خدمات است.

### خدمات پیش از نصب

هر زمان که محصولی خریداری می‌شود یک دفترچه راهنما برای نصب ارائه می‌شود. بسته به ماهیت محصول، نصب ممکن است متفاوت باشد. درحالی که برخی از محصولات مراحل نصب بسیار خاصی دارند محصولات دیگر مشتری‌پسند هستند. محصولاتی مانند پنکه سقفی، تهویه مطبوع، ماشین لباسشویی و غیره برای نصب نیاز به تخصص فنی دارند. سایر محصولات مانند تلفن همراه نیازی به تخصص فنی ندارند. بدین ترتیب نصب و راه‌اندازی محصول، یکی از انواع خدمات پس از فروش است. در بسیاری کشورها این خدمت را به صورت رایگان ارائه می‌کنند. ارائه خدمات نصب خوب از روابط مشتری و خدمات مشتری شروع می‌شود. ماشین آلات صنعتی، لوازم خانگی برقی، دستگاه‌های کپی، نیاز به نصب تخصص فنی دارند. ارائه نمایش نیز بخشی از نصب است که در آن تیم خدمات مشتری، محصول را نصب کرده و عملکرد محصول را نشان می‌دهد که نیاز به نصب توسط متخصص فنی دارند.

### آموزش کاربران

آموزش کاربر نهایی یکی دیگر از خدمات پس از فروش است. در مورد ماشین آلات صنعتی، این بخش بسیار مهم است. حتی در مورد تجهیزات جراحی که در اتاق‌های عمل استفاده می‌شود بسیار ضروری است که پزشک باید در مورد دستگاه آموزش ببیند. سازمان‌هایی مانند St Jude's Medtronic و غیره اطمینان حاصل می‌کنند که به کاربران نهایی یا پزشکان آموزش‌های موثری ارائه دهند. بسیار ضروری است که آموزش در مورد پیشنهاداتی که کاربر قرار است محصول را مدیریت کند ارائه شود.

### خدمات گارانتی

این شاید رایج‌ترین روش خدمات پس از فروش باشد که تقریباً هر شرکتی برای هر محصول خود ارائه می‌دهد. خدمات گارانتی شامل تعمیر، تعویض قطعات انتخابی برای مدت زمان معین است. به عنوان مثال، اپل مراقبت کامل از آیفون را به مدت یک سال از تاریخ خرید ارائه می‌دهد که مشتریان می‌توانند قبل از پایان گارانتی رسمی با خرید Apple Care گارانتی را تمدید کنند. در سال اول برای هر مشکلی امکان تعویض و یا تعمیر به صورت رایگان به مشتریان ارائه می‌شود. در برخی موارد، خدمات گارانتی انتخابی مانند خدمات پس از فروش کولر گازی وجود دارد. بسیاری از شرکت‌ها، تعمیر و سرویس رایگان را به مدت یک سال از تاریخ خرید ارائه می‌دهند اما در صورت تعویض قطعات پلاستیکی هزینه می‌گیرند. محصولاتی مثل تلویزیون گاهی حدود ۵ سال گارانتی دارد اما ریموت تلویزیون تنها با یک سال گارانتی با توجه به شرکت ارائه دهنده متغیر است. به این ترتیب شرکت‌های مختلف سیاست‌های متفاوتی برای محصولات خود دارند. خدمات گارانتی شاید بهترین نوع خدمات پس از فروش باشد. برخی از شرکت‌ها، خدمات گارانتی تمدید شده را ارائه می‌دهند که در آن مشتری می‌تواند کمی اضافی بپردازد و گارانتی را برای مدت محدودی تمدید کند.

## روش عالی فروش و خدمات پس از فروش

۴

### پشتیبانی آنلاین

شرکت‌های تجارت الکترونیک شروع به ارائه پشتیبانی آنلاین برای هر یک از سؤالات مربوط به محصول کرده‌اند. یک خط کمک اختصاصی برای خدمات مشتری وجود دارد که در آن مکانیسم رسیدگی به شکایات طبق رویه استاندارد شرکت انجام می‌شود. مشتری ممکن است با پشتیبانی آنلاین تماس بگیرد یا به دلخواه خود چت کند، مشکل را مطرح کند و آن را حل کند. پشتیبانی آنلاین برای خدمات نرم‌افزاری و پشتیبانی لپتاپ بسیار موثر است. خدمات مشتری می‌تواند صفحه را به اشتراک بگذارد و در اکثر موارد بلافاصله مشکل را حل کند.

۵

### بازگشت / تعویض

برای مدت زمان محدود، شرکت‌ها در صورت وجود هرگونه سوال، جایگزین رایگان محصول را ارائه می‌دهند. با این حال شرایط و ضوابط خاصی مدنظر است. در برخی موارد ممکن است تعویض کل دستگاه باشد یا در موارد دیگر تعویض فقط مربوط به قطعه معیوب باشد. در صورت عودت کالا به شرکت بازگردانده می‌شود و یا اعتبار فروشگاه یا کالای جایگزین شده برای مشتری صادر و یا مبلغ آن مسترد می‌شود. قوانین ممکن است بسته به شرکت متفاوت باشد. به عنوان مثال، آمازون تقریباً برای همه محصولات گارانتی کارکرد ارائه می‌دهد اما جایگزینی برای محصولات محدود است.

۶

### ویژگی‌ها و مزایا

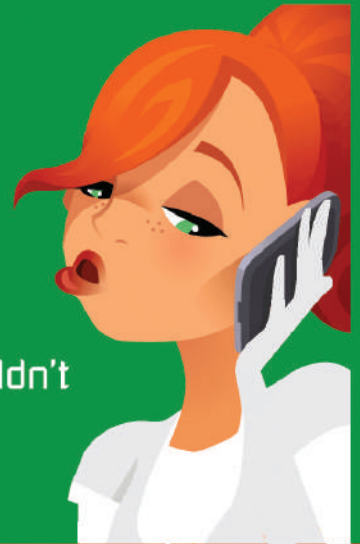
یکی از انواع روش خدمات پس از فروش برخی از شرکت‌ها امکانات اضافی برای مثال تعویض قطعه برای مادام‌العمر، برای مشاوره رایگان در تمام مدت محصول ارائه می‌کنند. یک مثال عالی از این موضوع زمانی است که Google ذخیره‌سازی نامحدود رایگان عکس‌ها را برای همه دستگاه‌های پیکسلی فراهم می‌کند. با این حال، این با شرط گسترش فضای ذخیره‌سازی رایگان برای مدت زمان محدودی همراه است. به طور مشابه، اپل مبادله یا ارتقای تلفن‌های همراه قدیمی را با تلفن‌های همراه جدید در ایالات متحده فراهم می‌کند. دستگاه‌های ذخیره‌سازی مانند وسترن دیجیتال که یک ضمانت مادام‌العمر برای هارد دیسک‌های خارجی ارائه می‌دهد اگر به هر دلیلی هارد دیسک‌ها خراب شده باشند در صورت محدود بودن، بدون هزینه تعویض می‌شوند.

### ارتقاء

این بخش معمولاً برای حوزه نرم‌افزار و الکترونیک کار ارائه می‌شود. ارتقاء نرم افزار دستگاه برای مدت محدود یکی از انواع خدمات پس از فروش است که توسط شرکت‌ها دنبال می‌شود. به دلیل اینکه سخت‌افزار در طول سال‌ها ثابت می‌ماند و ممکن است پس از مدتی با اجرای نرم‌افزار جدید سازگار نباشد، به‌روزرسانی‌ها برای مدت محدودی انجام می‌شوند. به عنوان مثال، اپل از سیاست ارائه به‌روزرسانی‌های Over-The-Air (OTA) برای نرم‌افزارهای iOS برای حدود ۴ تا ۵ سال پیروی می‌کند، پستی که ارتقاها متوقف می‌شوند. ممکن است مشتری همچنان از دستگاه‌های خود استفاده کند اما توسط جدیدترین نرم‌افزار پشتیبانی نمی‌شود. در مورد گوشی‌های اندرویدی هم همینطور است. موبایل‌ها برای چند سال - بسته به مدل - به‌روزرسانی نرم‌افزاری دریافت می‌کنند، پستی که ارتقاء متوقف می‌شود. این نیز یک استراتژی بازاریابی عالی برای اطمینان از ارتقای منظم تلفن‌ها توسط مشتریان در نظر گرفته می‌شود. در نظر گرفتن این ۷ روش خدمات پس از فروش به شما کمک می‌کنند تا به بهترین شکل با مشتریان ارتباط برقرار کرده و بیشتر بفروشید. / مدیر نو

50%

of people have a *negative customer experience* on the phone



Only 22%

have their call answered the first time

35%

of those who couldn't get through were *new customers*

## WORST INDUSTRIES

Real Estate, Travel, Tourism, Media companies

Utility, Telecom, Government departments



66%

call when they have a problem or complaint

18%

describe companies as indifferent when they call

## When GOOD CUSTOMER SERVICE

is delivered on the phone

96%

feel more loyal when their problem is fixed

97%

feel valued by a company when their query is dealt with properly on the first call



## When people received GOOD customer service



39%

shared positive feedback on a review site or social media

50%

told friends and family about the experience



# Discover the Cost of

# BAD CUSTOMER SERVICE



## While ON A CALL

12%

started searching for competitors online

11%

have already posted live on social media, 26% of which are millennials aged 25-35

## When OFF A CALL

16%

have written a bad online review or complained on social media

41%

have taken their business elsewhere



خدمات پس از فروش در حوزه ابزار، شامل امکانات گسترده‌ای از خدمات است که برخی از آنها از قبیل تعمیرات، تعویض قطعات و اطلاع‌رسانی فنی و راهنمایی در خصوص نحوه استفاده صحیح از ابزار و تجهیزات است. حوزه ابزار یکی از حساس‌ترین حوزه‌های خدمات پس از فروش است زیرا استفاده از ابزار فنی برای کاربران این حوزه مشابه حوزه‌های دیگر مانند لوازم خانگی نیست. به عنوان مثال یک دستگاه تخریب را تصور کنید که باید با حداکثر توان، یک دیوار بتنی را تخریب کند و دستگاه در محیطی مملو از خاک و سنگ در حال کار است بنابراین دفعات سرویس و نگهداری این نوع دستگاه از سرویس و نگهداری تلویزیون در لوازم خانگی می‌تواند بیشتر باشد. در نتیجه طبق مفروضات مطرح شده، خدمات پس از فروش در حوزه ابزار نیازمند یک تیم پشتیبانی و مرکز تماس فعال و یک نرم افزار قوی و کاربردی برای ارائه خدمات سریع و دقیق باشد. کاربری که از ابزارهای متنوع استفاده می‌نماید باید امکانی را داشته باشد که در لحظه بتواند خرابی دستگاه خود را به شرکت ارائه دهنده خدمات اعلام کند و در کمترین زمان، دستگاه را جهت سرویس به نمایندگی در استان خود تحویل دهد. اینجا شرکت‌های ارائه دهنده خدمات ابزار، نیاز به یک بستر آنلاین برای ارتباط با نمایندگان و شعب خود در سراسر کشور دارند. نرم افزارها اینجا به کمک مدیران شرکت‌ها می‌آیند و این بستر را هم در سطح کشور و هم در دفتر مرکزی برای کارکنان خود فراهم می‌آورند. در ادامه از امکاناتی که نرم افزارها در اختیار مدیران قرار می‌دهند صحبت خواهیم کرد و نقش نرم افزار در ارائه خدمات پس از فروش را مطرح خواهیم کرد.

- ۱- ارائه پشتیبانی موثر
- ۲- دارا بودن یک مرکز تماس فعال
- ۳- استفاده از فناوری‌های روز
- ۴- برنامه‌های وفاداری
- ۵- پیشگیری از مشکلات

### ■ ارائه پشتیبانی موثر

به گونه‌ای خدمات دهید که نیازها و انتظارات مشتریان را برآورده کند. جهت ارائه پشتیبانی موثر، باید کارکنان را به نحوی آموزش دهید که بتوانند با احترام و دانش کافی به مشتریان خدمات دهند. دارا بودن یک مرکز تماس فعال: شرکت‌ها برای ارائه خدمات به مشتریان نیاز به یک مرکز تماس فعال دارند که بتوانند از طریق فناوری روز برای ارتباط با مشتریان استفاده کنند.

### ■ استفاده از فناوری‌های روز

مشتری شما باید در یک فضای امن و مدرن، درخواست سرویس خود را به شما اعلام کند و تمام جزئیات سرویس دستگاه خود و در نهایت پرداخت اجرت سرویس را بصورت آنلاین و با خیال راحت انجام دهد. نرم افزارها و اپلیکیشن‌ها اینجا به کمک شرکت‌ها می‌آیند و این فضای امن را برای مشتریان خدمات فراهم می‌کنند.

- ۱- چطور یک نرم افزار می‌تواند در بهبود عملکرد خدمات پس از فروش موثر باشد؟
- ۱- مدیریت اطلاعات مشتری
- ۲- پشتیبانی مشتری
- ۳- پشتیبانی نماینده
- ۴- سفارش و پرداخت آنلاین
- ۵- بازخورد ارزیابی
- ۶- تحلیل داده‌ها
- ۷- هماهنگی‌های داخلی
- ۸- پیشبینی و مدیریت موجودی
- ۹- پایش عملکرد به وسیله گزارشات
- ۱۰- امنیت اطلاعات

### ■ مدیریت اطلاعات مشتری:

ایجاد یک پایگاه داده جامع از اطلاعات مشتریان و دسترسی به سوابق معاملات قبلی

## از خدمات پس از فروش در حوزه ابزارآلات چه می‌دانید؟



امیدحسین نژاد  
سروش خدمات

## ■ پشتیبانی مشتری

یک نرم افزار می تواند به مشتری در موارد زیر کمک کند:  
- مشتری باید بتواند درخواست سرویس خود را بصورت آنلاین به شما ارسال کند

- مشتری باید از وضعیت سرویس دستگاه خود به صورت آنلاین باخبر شود  
- مشتری باید درخواست خرید خود را بصورت آنلاین به شما ارسال کند  
- مشتری می تواند از اصالت کالای خود به صورت آنلاین باخبر شود و طبق سیاست های شرکت، گارانتی دستگاه خود را به صورت آنلاین فعال نماید

## ■ پشتیبانی نمایندگان

ایجاد یک بستر ساده برای سفارشات نمایندگان برای تعمیرات گارانتی به صورت دقیق یکی از مهمترین نیازهای هر سازمانی است. نمایندگان برای ارائه سرویس روی دستگاه مشتری، ممکن است نیاز به قطعه داشته باشند. با استفاده از نرم افزار، نمایندگان می توانند درخواست قطعه خود را با توجه به سیاست های ارائه خدمات گارانتی به مشتری، به دفتر مرکزی اعلام نمایند. نمایندگان باید بتوانند حساب مالی خود را با دفتر مرکزی به صورت آنلاین مشاهده کنند. نمایندگان خدمات باید بتوانند برای ارائه خدمات بهتر به مشتری، بستری را داشته باشند که روی آن به روزترین آموزش ها و مهارت هایی که برای سرویس دستگاه نیاز دارند را داشته باشند. ایجاد این بستر آنلاین و ارائه منابع اطلاعاتی برای شرکت های خدماتی در حوزه ابزار بسیار حائز اهمیت است. شرکت های خدمات پس از فروش باید پلتفرمی داشته باشند که در آن بتوانند نماینده را از تغییرات و سیاست های جدید سازمان مطلع نمایند. در کل ایجاد پلتفرمی برای ارتباط موثر بین مدیران سازمان و نمایندگان به منظور اطلاع رسانی به روز، راهنمایی ها و رفع اشکالات به موقع بسیار حائز اهمیت است.

## ■ بازخورد و ارزیابی

ایجاد فرایند بهبود بر اساس بازخورد مشتریان، انجام نظرسنجی ها و ارزیابی های مشتریان به وسیله نرم افزار و در نهایت

تحلیل این داده روی راهکارهای هوشمند گزارش، برای یک سازمان بسیار حائز اهمیت است.

یک نرم افزار قدرتمند می تواند به مدیران سازمان کمک کند که داده های ارزیابی را تجزیه، تحلیل و با شناخت الگوها و روندها و فرصت ها در بهبود خدمات به مشتریان موفق باشند.

## ■ تحلیل داده ها

بر اساس الگوریتم تجزیه و تحلیل داده های خرابی و فروش محصولات، مدیران سازمان می توانند نیازهای مشتری را شناسایی و بهترین پیشنهاد محصول را به او دهند. نرم افزارها امکان تحلیل عملکرد نمایندگان بر اساس ارزیابی های ماهانه و مانیتورینگ عملکرد آنها در زمینه هایی نظیر سفارشات، سرویس ها، تعاملات، زمان تحویل دستگاه به مشتری را فراهم می کند. بنابراین داشتن یک نرم افزار قوی می تواند به مدیران سازمان کمک کند تا داده های وارد شده را تجزیه و تحلیل کنند و بهترین تصمیم را برای ادامه کار دهند. طبق توضیحات ارائه شده در این مقاله، یک نرم افزار می تواند بین شرکت و نمایندگان و مشتریان یک فضای امن و شفاف برقرار کند. تصور کنید سیل عظیمی از درخواست ها از طرف مشتری و نماینده به سمت شما سرازیر شده. اینجا یک نرم افزار ساده و دقیق می تواند به شما کمک کند.

## ■ پیشبینی و مدیریت موجودی

استفاده از داده های نرم افزاری برای پیشبینی نیازها و موجودی محصولات به بهینه سازی مدیریت موجودی کمک می کند. نرم افزارها با استفاده از داده های مقدار مصرف، زمان تامین و سایر پارامترهای دیگر می توانند به مدیران کمک کنند که موجودی انبار خود را با توجه به تجزیه و تحلیل داده های فوق مدیریت کنند.

## ■ کلام آخر

نرم افزارها در سازمان ها موجب این نقاط قوت می شود:

- ۱- کاهش زمان و هزینه
- ۲- بهبود تجربه مشتری از انتخاب برند شما
- ۳- افزایش رضایت مشتری و کارکنان و نمایندگان





مدیر واحد خدمات پس از فروش زیمبرگ در گفت‌وگو با سروش خدمات:

## ارزش واقعی یک شرکت به مشتریان پایدار آن است



نعیم نوربخش  
سروش خدمات

بازار ابزار است در مدت کوتاهی جای خود را در بازار باز کرد و در حال حاضر نیز در سراسر کشور نمایندگی فروش و خدمات پس از فروش دارد. ما در حال حاضر در سید محصولاتمان، گستره متنوعی از ابزار آلات برقی و شارژی را داریم و از پاییز امسال، رده ابزار آلات دستی را نیز به بازار عرضه کردیم. برند زیمبرگ با شعار «به کارتان می‌آییم» به کمک خیلی از اهالی صنعت و حتی آدم‌های غیرفنی رفته است.

**روننژدیمات** حالا با این تفاسیر و در بازار رقابتی امروز، شما کیفیت محصول را مهمتر می‌دانید یا کیفیت خدمات پس از فروش را؟

بنده معتقدم این دو لازم و ملزوم یکدیگر هستند و امکان تفکیک آنها به این صورت وجود ندارد. همانطور که تولید و ارائه یک محصول با کیفیت باید برای یک سازمان مهم باشد، ارائه خدمات واقعی پس از فروش هم باید مورد توجه قرار بگیرد.

**روننژدیمات** به نظر شما آیا خدمات پس از فروش بر تصمیم مشتری در هنگام خرید اثرگذار است؟

قطعاً! امروزه با توجه به هزینه‌های بالای خرید دستگاه و ماشین آلات و همینطور سرویس و نگهداری آنها، دریافت خدمات پس از فروش مطلوب و باکیفیت برای مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار است و مشتری در هنگام خرید یک محصول، تضمین‌های لازم در این خصوص را از فروشنده مطالبه

شرکت زیمبرگ از جمله مهمترین مراکز توزیع و فروش انواع ابزار آلات برقی، دستی و ... در سراسر کشور است. این مجموعه بزرگ که توسط تعدادی از نیروهای متخصص در بخش‌های مختلف مدیریت می‌شود در بخش خدمات پس از فروش نیز با مدیریت وحید روزبهانی به فعالیت خود ادامه می‌دهد. او از کودکی و با توجه به زمینه کاری پدرش به حوزه صنعت علاقمند شد تا جایی که رشته مهندسی مکانیک را برای ادامه تحصیل در دانشگاه انتخاب کرد. روزبهانی معتقد است که تحصیلات صرف از دانشگاه، تکنسین نمی‌سازد و همین شد که سال‌ها در مشاغل مرتبط با صنعت مثل قالب‌سازی، ماشین‌سازی و این قبیل کارها به کسب تجربه پرداخت. با او که در گذر از سال‌ها کسب دانش و تجربه به عنوان مدیر واحد خدمات پس از فروش شرکت زیمبرگ مشغول به فعالیت است به گفت‌وگو نشستیم که در ادامه می‌خوانید.

**روننژدیمات** جناب روزبهانی در ابتدا برای مخاطبان مجله سروش خدمات خلاصه‌ای از فعالیت‌های زیمبرگ در صنعت ابزار کشور بگویید.

شرکت زیمبرگ به طور رسمی از سال ۱۴۰۰ محصولاتش را به بازار عرضه کرد. زیمبرگ با توجه به پستوانه ۲۰ ساله مدیر این مجموعه که از خوشامان



می‌کند. به همین جهت در صورت عدم دریافت تضامین لازم از سوی فروشنده، مشتری برندهای دیگری را انتخاب خواهد کرد و به سمت خرید از برندهایی خواهد رفت که این دغدغه را برای مشتری‌هایشان رفع کرده باشند.

**روتنز خدمات - با این اوصاف، ناراضی مشتری را پس از خرید کالا یا خدمات چه اثری بر جایگاه یک برند می‌گذارد؟**

مشتری، رکن اصلی هر سازمانی بوده و از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این مهم فقط هم در حوزه فعالیت ما نیست بلکه به طور کلی هر شرکت یا سازمانی که محصول یا خدمتی را برای فروش ارائه می‌کند باید به جایگاه مشتری توجه داشته باشد و تلاش خود را برای ایجاد یک حس رضایت در مشتری چه به هنگام خرید کالا و چه بعد از آن به کار بگیرد. ما معتقدیم رضایت مشتری بهترین تبلیغ برای محصولات ما است. اینطور باید گفت که ارزش واقعی یک شرکت به مشتریان پایدار آن شرکت است.

**روتنز خدمات - به نظر شما استقرار نرم‌افزارهای جامع خدمات پس از فروش مانند سروشان چه کمک‌هایی به رشد و توسعه این صنعت می‌کند؟**

در واقع خیلی وقت است که دوره حساب و کتاب دفتری به سرآمده. این روزها نه تنها شرکت‌ها بلکه فروشگاه‌ها هم به ابزارهای محاسباتی دقیق و پیشرفته نیازمندند. نرم‌افزارهای حسابداری و مدیریت انبار و خدمات پس از فروش خیلی از گرفتاری‌های گذشته را رفع کرده‌اند. نرم‌افزار سروشان به عنوان یکی از قابل اعتمادترین نرم‌افزارهای پشتیبانی جای خودش را به خوبی در میان شرکت‌ها باز کرده است. قطعاً به‌روزرسانی‌های مداوم و پشتیبانی پاسخگویی شرکت سروشان در ایجاد اعتماد مشتریانش نقش موثری دارد.

66

**وچید روزبھانی : نرم افزار سروشان به عنوان یکی از قابل اعتمادترین نرم افزارهاک پشتیبانی جاک خودش را به خوبی در میان شرکت‌ها باز کرده است. قطعاً به‌روزرسانی‌های مداوم و پشتیبانی پاسخگویی شرکت سروشان در ایجاد اعتماد مشتریانش نقش موثری دارد**



ZIMBERG



نیما نوربخش  
سروش خدمات

مدیر خدمات پس از فروش کنزاکس به مجله سروش خدمات گفت:

## خدمات پس از فروش مطلوب یعنی رشد و ماندگاری برند

**روننژ خدمات** خانم یوسفی در دیدگاه شما موضوع رضایت مشتریان تا چه اندازه می تواند بر رشد برند محور امر باشد؟  
امروزه با توجه به گسترش کانال های ارتباطی در فضای مجازی قطعاً تجربیات مشتریان از برندها و خدمات دریافتی از ایشان با سرعت بالایی در حال انتقال است. لذا هر برندی که فرایند پایش و رصد تجربه مشتریان جزو اولویتها و سیاست های اصلی آن باشد می تواند با سرعت بیشتری خدمات و محصولات خود را با نیازها و خواسته های مشتریان تطبیق داده و شاهد افزایش رضایت مشتریان و در نتیجه افزایش سهم بازار خود باشد.

**روننژ خدمات** به نظر شما نیازهای مشتریان امروز در مقایسه با دهه های گذشته چه تغییری داشته است؟

با توجه به همه گیر شدن اینترنت و مجهز شدن تمامی گوشی های تلفن همراه به بستر اینترنت، قاعدتاً امروزه مشتریان تمایل دارند که بتوانند نیازهای روزمره خود را بیشتر به صورت آنلاین و غیر حضوری مدیریت و تامین نمایند. همچنین با توجه به افزایش جمعیت و افزایش حجم ترافیک در اکثر شهرها، شمار مشتریانی که خواهان دریافت کالا و خدمات توسط پیک هستند رو به افزایش است.

**روننژ خدمات** یکی از عوامل مشتری مداری توجه به حقوق مصرف کننده است. این حقوق را چگونه در سیاست های کاری شرکت خود اعمال می کنید؟

واحد خدمات پس از فروش کنزاکس سعی کرده با در نظر گرفتن موارد زیر نسبت به حفظ حقوق مشتریان، رسالت خود را ایفا نماید:

- قیمت گذاری منصفانه قطعات مصرفی و اجرت تعمیر دستگاه ها.
- گسترش شبکه نمایندگی خدمات پس از فروش با بیش از ۱۱۵ نماینده خدمات در سراسر ایران.
- تجهیز انبار قطعات یدکی با گستردگی بیش از نیاز فعلی و تامین قطعات مورد نیاز مشتریان (در شرکت کنزاکس در صورتی که دستگاهی گارانتی باشد و قطعه مورد نیاز موجود نباشد تامین قطعات از روی دستگاه نو برای مشتری انجام خواهد شد)

شرکت کنزاکس، فعالیت خود را از سال ۱۳۹۲ آغاز کرده است. این مجموعه با استفاده از ۲۰ سال تجربه مدیران خود و منابع انسانی کارآمد، ترکیبی از علم و تجربه را درهم آمیخته و در این مسیر، موفق به تأمین بیش از ۴۰۰ مدل محصولات متفاوت شده است. کنزاکس با شبکه ای از ۲۵۰ نماینده فعال در سراسر کشور، از قطب های اصلی در بازار ابزارآلات و ماشین آلات صنعتی ایران است. به بهانه همکاری موفق شرکت سروشان و شرکت کنزاکس بر آن شدیم تا با مدیران موفق این برند به گفت و گو بنشینیم. یکی از اینان کسی نیست جز سمیه یوسفی که دارای مدرک کارشناسی مهندسی برق بوده و در کارنامه وی بیش از ۱۰ سال فعالیت در بخش خدمات پس از فروش شرکت ها و صنایع مختلف به چشم می خورد. او دو سالی می شود که در جایگاه مدیریت خدمات پس از فروش این شرکت به فعالیت مشغول است.

**روننژ خدمات** شرایط سخت اقتصادی سالیان اخیر و تحریم های بین المللی چه تاثیری بر رفتار مشتریان صنعت ابزارآلات گذاشته است؟

تجربه ای که شخص بنده در این زمینه داشتم این بوده که در زمان شرایط سخت اقتصادی مشتریان به دو گروه تقسیم می شوند؛ دسته اول مشتریانی هستند که ترجیح می دهند به دنبال برندهایی باشند که ارزان قیمت تر هستند و نسبت به رقبای هم سطحشان از خوشنامی بیشتری برخوردارند و البته خدمات پس از فروش بهتری دارند و دسته دوم مشتریانی هستند که بیشتر به دنبال کیفیت بالای محصولات هستند هرچند آن کالا با قیمت خیلی بالاتری در دسترس باشد و فاقد خدمات پس از فروش باشد. این گروه از مشتریان ترجیح می دهند در شرایط سخت اقتصادی فقط یکبار بابت تامین کالای مورد نظرشان هزینه کنند و در عوض، آن کالا از طول عمر بیشتری برخوردار باشد که البته در صنعت ابزار سهم مشتریان گروه اول بطور چشمگیری بالاتر است.



66

**سمیه یوسفی: لازم بود نرم افزار ک در اختیار ما قرار بگیرد که بتواند تمامی مراحل ارائه خدمات به مشتریان را پایش و رصد کند تا بتوانیم روند بهبود مستمر و ارائه اقدامات اصلاحی را به بهترین صورت انجام دهیم. لذا با بررسی های صورت گرفته، انتخاب شرکت کنزاکس، نرم افزار وزین سروشان بود**

شرکتی از منظر نیازهای خودش به همکاری با آن می پردازد. در مجموعه شما این همکاری چگونه و بر اساس چه نیازها و ویژگی هایی شکل گرفت؟

در سال ۱۴۰۰ با توجه به رشد سهم بازار برند کنزاکس، نیاز به مدیریت مشتریان در زمینه خدمات پس از فروش در دستور کار این واحد قرار گرفت و نیاز سنجی نرم افزار تخصصی خدمات پس از فروش در سازمان صورت پذیرفت. لازم بود نرم افزاری در اختیار بخش خدمات پس از فروش قرار بگیرد که بتواند تمامی مراحل ارائه خدمات به مشتریان را پایش و رصد کند و گزارش های دقیقی از مدت زمان ارائه خدمات، قطعات مصرفی، خدمات انجام گرفته روی محصولات و ... را تهیه کرده تا بتوانیم روند بهبود مستمر و ارائه اقدامات اصلاحی بر فرایندهای جاری در واحد خدمات پس از فروش را به بهترین صورت انجام دهیم. لذا با بررسی های صورت گرفته بین نرم افزارهای خدمات پس از فروش موجود در بازار و تطبیق با نیازهای این بخش، انتخاب شرکت کنزاکس نرم افزار وزین سروشان بوده که تا به امروز با همکاری های پیوسته و همه جانبه کارشناسان و مدیران محترم این مجموعه، نیازهای کنزاکس به خوبی پاسخگویی داده شده است.

راه اندازی پیک رایگان در شهر تهران

– پاسخگویی در کمترین زمان ممکن به سوالات و درخواست های مشتریان حتی در بستر فضای مجازی از طریق تمامی شبکه های اجتماعی مانند واتساپ، تلگرام، بله، اپنا و ...

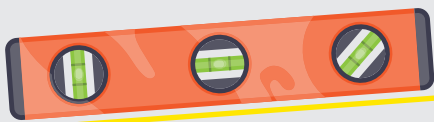
**روتن خدمات** به نظر شما ارائه خدمات پس از فروش مطلوب یا نامطلوب تا چه میزان بر جایگاه برندها اثر دارد؟

با توجه به فضای رقابتی موجود در بین تمامی صنایع و بالاخص صنعت ابزارآلات، به دلیل تشابهات موجود بین برندها از لحاظ ساختار محصولات، نحوه تامین محصولات، بازار هدف و ... ارائه خدمات پس از فروش مطلوب می تواند به عنوان یک وجه تمایز، بین برندها نقش مهمی داشته باشد. لذا ارائه خدمات پس از فروش مطلوب و همگون با نیازهای مشتریان و جامعه هدف، می تواند تاثیر بسزایی در سهم بازار برند، خوشنامی برند و ماندگاری در سبد محصولات مشتریان داشته باشد و طبیعتاً ارائه خدمات پس از فروش نامطلوب دقیقاً اثری در جهت مخالف بر سازمان خواهد گذاشت.

**روتن خدمات** مبحث خدمات پس از فروش چه جایگاهی در مدیریت کلان مجموعه شما دارد؟

با توجه به تحقیقات صورت گرفته در عرصه بازاریابی، هزینه های نگهداشت مشتریان فعلی بسیار کمتر از هزینه جذب مشتریان جدید است لذا یکی از مهمترین ابزارهای بازاریابی برند و در نتیجه نگهداشت مشتریان، ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان است. مدیران ارشد کنزاکس همواره با تاکید بر رویکرد مشتری محور بودن سازمان و همچنین اهمیت جلب رضایت مشتریان سعی بر بهبود مستمر بخش خدمات پس از فروش و در نتیجه افزایش رضایتمندی مشتریان داشته اند.

**روتن خدمات** همانطور که می دانید سروشان بزرگترین و نخستین مجموعه نرم افزاری خدمات پس از فروش در ایران را به شرکت های بزرگ تولیدی و بازرگانی ارائه داده و هر



# در خرید ابزارآلات چه نکاتی را باید رعایت کرد؟

اگر با اصطلاحات خاص ابزارآلات برقی آشنا نباشید، رفتن تا فروشگاه ابزار و انتخاب و خرید ابزاری که کاملا متناسب با نیاز شما باشد، با توجه به تنوع کالاها، ویژگی‌های متفاوت و برندهای مختلف موجود در بازار، کار آسانی نخواهد بود. به علاوه هر کدام از برندها، ویژگی‌های خاص و متفاوتی دارند که کار را سخت‌تر می‌کند. اندازه و توان و سایر قابلیت‌های ابزار چیزهایی است که از قبل باید راجع به آنها بدانید.

## قدرت

در بازار امروزی دو مدل اصلی ابزار برقی وجود دارد. بعضی مدل‌ها کابل دارند و باید به منبع برق وصل شوند تا کار کنند. بسته به محیط کار ممکن است دستگاه‌ها به برق شهری یا ژنراتور وصل شوند ولی در هر صورت برق دستگاه از منبعی خارجی تامین می‌گردد. با پیشرفت تکنولوژی و مهار الکتریستیه در موتورهای کوچکتر، شاهد رشد بسیار توان دستگاه‌ها با موتورهای کوچک هستیم. تا چند سال پیش دستگاهی با ۵ یا ۶ آمپر پرچمدار بازار به حساب می‌آمد. این اعداد به سرعت رشد کردند. این روزها دستگاه‌هایی با توان ۱۱ یا ۱۲ آمپر و حتی بیشتر، عجیب نیستند. توجه داشته باشید که در کنار میزان آمپر هر ابزار برقی، میزان توان خروجی آن که بر حسب وات (W) مشخص می‌شود، بسیار مهمتر است به طوری که دستگاه‌های با توان بالاتر، عدد بزرگتری از توان برحسب واحد وات را دارند. نوع دوم ابزارآلات شارژی هستند که این روزها در بازار بسیار مطرح هستند. در این مدل‌ها، ولتاژ ابزار بیانگر توان آن است. زمانی که ابزارهای شارژی وارد بازار شدند باتری‌های ۹.۶ ولت کاملا ایده‌آل و پرچمدار بازار بودند اما با افزایش تقاضا برای گشتاور بالاتر و طول عمر بیشتر، تولیدکنندگان قدرت باتری‌ها را تا ۱۲ ولت و بعد ۱۴.۴ ولت افزایش دادند. از آن پس شاهد افزایش هرچه بیشتر قدرت تا ۳۶ ولت و بالاتر بودیم. امروزه باتری‌های پر قدرتی در بازار وجود دارند که می‌توانند انرژی لازم برای کارکرد یک اره فارسی بر را تامین کنند چیزی که با باتری‌های ۹.۶ ولت امکان پذیر نبود. با پیشرفت مستمر ابزارآلات شارژی شاهد افزایش توانایی‌های آنها خواهیم بود.

## ویژگی‌ها

در کنار توجه به توان مورد نیاز، برخی خصوصیات و ویژگی‌ها در ابزار برقی وجود دارند که باعث سهولت کار کردن با آن می‌شوند. سازندگان ابزارآلات برقی، با توجه به نیاز افراد حرفه‌ای، محصولات را برای افزایش سرعت اجرای کار و محصولات چندکاره را وارد بازار کردند. قابلیت تعویض سریع تیغه، مته و ... برای پیمانکاران و استادکارانی که به صورت پروژه‌ای کار می‌کنند بسیار اهمیت دارد. در مدت کوتاهی، تکنولوژی لیزر هم به قابلیت‌های ابزار اضافه شد. شاید لیزر مستقیما در افزایش دقت کار تاثیر نداشته باشد ولی قطعاً باعث کاهش زمان اجرا خواهد شد. لیزر هم مانند قابلیت قبلی با تمرکز بر نیاز پیمانکاران به محصولات اضافه شد چرا که برای پیمانکار وقت طلا است!

## برآورد هزینه

از نکات دیگری که به عنوان راهنمای خرید ابزارآلات باید به آن توجه کرد، هزینه واقعی ابزار برقی و دستی است. معمولا ابزارآلات برقی برای استفاده، نیازمند لوازم جانبی همانند مته، سربیس، صفحه برش و ... هستند. بنابراین باید هزینه این موارد را در نظر بگیرید و با توجه به بودجه‌ای که دارید، مدل مناسب را انتخاب نمایید.

## برند

نکته دیگری که به شما در خرید هروسلیله‌ای کمک می‌کند، توجه به برند آن است. شرکت‌های ارائه‌کننده ابزار با کیفیت برقی، کم نیستند. شرکت‌هایی که در تبلیغات، محصولات خود را قدرتمندترین، با کیفیت‌ترین و بهترین ابزار معرفی می‌کنند. تمامی تولیدکنندگان ابزار در چرخه رقابت هستند و تلاش می‌کنند محصولی متمایز از سایرین ارائه نمایند. بنابراین بهتر است ابزاری را انتخاب نمایید که بیشترین تطابق را با نیازهای شما داشته باشد.

منبع: واحد تولید محتوا زیمبرگ





## وقتی سروشان و ایران هیونداک دست همکاری دادند

بر سرمایه‌گذاری در خارج از کشور و توسعه وسیع، اقدام به رهبری تولیدات ابزار در ایران می‌کند.

شرکت ایران هیوندای با تلاش‌های مستمر مسئولین متخصص در عرصه ابزارآلات، در سال ۱۳۷۶ در ایران تاسیس شد. این شرکت تنها وارد کننده ابزارآلات صنعتی و کشاورزی هیوندای در ایران است. هم‌اکنون با گذشت بیش از یک دهه از شروع فعالیت شرکت مذکور، برند Hyundai یکی از برندهای مطرح در بازار ابزارآلات ایران معرفی می‌شود.

در حال حاضر ابزار هیوندای تعداد بسیاری از نمایندگی‌های مجاز و مراکز خدمات پس از فروش در سراسر ایران را به ثبت رسانده است. البته با پیشبردهای وسیع شرکت، تعداد نمایندگی‌ها همواره در حال افزایش است. لذا در پاسخ به این سوال که ابزار هیوندای ساخت کجاست باید بگوییم که ابزار هیوندای از جمله تولیدات تحت لیسانس برند هیوندای کشور کره جنوبی است. این طیف از محصولات هیوندای از سال ۱۳۷۶ تاکنون با اتکا بر دانش فنی نیروهای متخصص، تولید و وارد بازار ایران می‌شود. گفتنی است ابزارآلات صنعتی هیوندای سهم قابل توجهی از بازار ابزارآلات ایران را به خود اختصاص داده‌اند و با تلاش‌های مسئولان و کارکنانش، حضوری مستمر و موفق در بازار ابزارآلات ایران داشته‌اند.

### ■ خدمات پس از فروش در «ایران هیوندای» چگونه است؟

واحد خدمات پس از فروش هیوندای با هدف حمایت از مصرف‌کنندگان، همواره سه اصل «سرعت، دقت و کیفیت» را سرلوحه کار خود قرار داده است. این مجموعه در تلاش است با ارائه خدمات حرفه‌ای، رضایت و خشنودی مصرف‌کنندگان را جلب نماید. در همین راستا مهم‌ترین اقداماتی که شرکت هیوندای به منظور ارتقاء سطح کیفی خدمات خود ارائه می‌دهد عبارتند از:

- بهره‌گیری از پرسنل ماهر، متخصص و کارآزموده
- تامین قطعات یدکی اصل محصولات در دوره گارانتی
- ۳۶۵ روز گارانتی تعویض قطعات و تعمیر محصولات برقی و بادی
- کوشش در جهت تامین قطعات یدکی مورد نیاز پس از اتمام دوره گارانتی
- راه‌اندازی پیک رایگان در سطح شهر تهران و بیش از ۲۰ شهر در مراکز استان‌ها
- شبکه گسترده مراکز خدمات پس از فروش، دارای ۱۲۰ عاملیت مجاز در ۳۱ استان کشور
- ارسال قطعات یدکی موردنظر به کلیه مراکز خدمات پس از فروش کشور در کمتر از ۲۴ ساعت



سپیده کلارستانی  
سروش خدمات

یکی از شرکت‌های مهم صنعت ابزار کشور، مجموعه بنام «ایران هیوندای» است که دیرزمانی است در حوزه خدمات پس از فروش از راهکارهای نرم‌افزاری سروشان بهره می‌گیرد. این ارتباط تنگاتنگ و این همکاری دوسویه که حالا در بستری مناسب به رشد خود ادامه می‌دهد موجب شده تا شرکت‌هایی از این دست بتوانند با عملکردی فراتر از انتظار مشتریان در حوزه خدمات پس از فروش، عمل کنند و از رقبا متمایز شوند. اکنون که برندهای پیشرو صنعت ابزار، در زمره مشتریان شرکت سروشان قرار دارند ناگفته نگویاست که پیاده‌سازی راهکارهای نرم‌افزاری سروشان تا چه میزان باعث رشد کیفی خدمات پس از فروش در این صنعت شده و این رشد تا چه میزان در فروش محصولات تأثیر بسزایی داشته است.

### ■ ابزار هیوندای ساخت کدام کشور است؟

ابزار آلات صنعتی و کشاورزی هیوندای از جمله تولیدات اصلی زیر نظر برند هیوندای کره جنوبی است. این کمپانی وسیع و گسترده، فعالیت‌های بازرگانی عمومی خود را با نتایج بسیار ارزنده‌ای در کشور کره به اجرا درمی‌آورد. با این حال، پویش‌های وسیع گروه هیوندای محدود به کره نشده و در سطح تجارت بین‌المللی نیز تداوم می‌یابد. هم‌اکنون، شرکت هیوندای دربردارنده بیش از ۱۴۰ شبکه تجاری جهانی در سراسر جهان است. این برند خوش‌آوازه با تمرکز





نیما نوریخس  
سروش خدمات

مدیر امور نمایندگان شرکت تیراژ دیزل به مجله سروش خدمات گفت:

## در شرکت‌ها موفق کف خدمات پس از فروش سنگین‌تر از فروش است

«ظاهر آراسته و مرتب و منظم و تمیز» کارکنان و محل کار است که هر چقدر این ظاهر آراسته‌تر باشد، تشویش‌های درونی مشتری کمتر می‌شود و جای خود را به آرامش و احساس رضایت خواهد داد. مورد بعدی دیگر هم «وجود قطعات موردنیاز و اصل در واحد خدمات» است که می‌تواند اطمینان مشتری را به آن واحد صنعتی و برند افزون کند. همچنین برای مشتریان «قیمت» و «بهای خدمات» ارائه شده مهم است. در مورد این موضوع در شرکت ما مشتری می‌تواند قیمت قطعات و خدمات موردنیاز خود را از سایت شرکت استعلام گرفته و پس از دریافت خدمات، فاکتور رسمی دریافت نماید. مورد دیگر آنکه مشتری انتظار دارد در حداقل زمان خدمات ارائه شده به وی صورت پذیرد. در خصوص این موضوع توانستیم حدود ۱۷ دستگاه خودروی جک T8 به ناوگان امداد شرکت تیراژ دیزل و شرکت تیراژ ماشین اختصاص دهیم تا زمان امدادسانی به مشتریان خود را به حداقل برسانیم.

شرکت «تیراژ دیزل» از جمله مجموعه‌های بزرگ در صنعت خودرو و از جمله یاران و مشتریان شرکت سروشان در عرصه بهره‌گیری از راهکارهای جامع مدیریت خدمات پس از فروش در ایران است. این شرکت با ارائه محصولات مناسب ناوگان حمل و نقل و به عنوان نماینده انحصاری شرکت BEIBEN محصولات کمپرسی و باری و میکسر با نام تجاری NG80A و محصولات کشنده با نام تجاری V3ET را تولید کرده و به فروش می‌رساند. در این شماره از مجله با نوید خوش‌طینت مدیر شبکه نمایندگان شرکت تیراژ دیزل به گپ و گفت نشستیم. او که کارشناس ارشد مهندسی مکانیک بوده و مدرس دانشگاه است بیش از یک دهه سابقه کار تخصصی در حوزه فروش و خدمات پس از فروش در صنعت خودروهای سبک و سنگین را در کارنامه دارد به پرسش‌های مجله سروش خدمات پاسخ داده که در ادامه می‌خوانید.

**روتنز خدمات** - به نظر شما نیازهای مشتریان امروز در مقایسه با دهه‌های گذشته چه تغییری داشته؟ و شرکت تیراژ دیزل چه تمهیداتی برای حل این نیازها و توقعات اندیشیده است؟

امروزه مشتریان و خریداران نسبت به گذشته از سطح آگاهی بالاتری پیرامون حقوق قانونی خودشان برخوردارند. ارائه خدمات گارانتی بهتر و خدمات‌رسانی امداد خوب و برخورد مناسب و ارائه قطعات با کیفیت از خواسته‌های به حق مشتریان است. ضمناً نیاز مشتریان خودروهای سبک و سنگین باهم تفاوت‌هایی دارد که به صورت کلی به آنها می‌پردازم.

اولویت خواسته مشتری، «احترام» است. ما در شرکت تیراژ دیزل و تیراژ ماشین، تمامی امدادگران و پرسنل تعمیرگاهی خود را به دوره‌های آموزشی رفتار با مشتری فرستاده‌ایم تا سطح این خدمات را به بالاترین میزان برسانیم. اولویت بعدی مشتری



آخرین مورد هم اینکه دسترسی مشتریان برای پرسشگری و همفکری با رده‌های بالای مدیریتی هر سازمانی می‌تواند مشتری را برای مراجعات بعدی مصمم‌تر کند که این موضوع در شرکت ما همواره برای مشتریان فراهم است.

### **روننژدهیات در سیاست‌های مدیریتی شبکه نمایندگان تیراژ دیزل در سراسر کشور، چه شاخص‌های فنی و خدماتی در قیاس با رقبا مورد توجه قرار دارد؟**

با توجه به برنامه توسعه شبکه نمایندگان و استراتژی جدید شرکت تیراژ دیزل و شرکت تیراژ ماشین، هدف بر اعطای نمایندگی در ۱۲ محور تردد در کشور داریم. ضمناً یکی از مواردی که در بحث خدمات پس از فروش توانستیم راه‌اندازی کنیم تا نمایندگان و مشتریان ما به صورت اعتباری با ما کار کنند و این کار در شرایط فعلی اقتصادی کمک بسزایی به مشتریان و نمایندگان شد. موضوع بعدی در ارائه خدمات با خرید ۱۷ دستگاه خودروی پیکاپ توانستیم زمان امدادسانی را به نصف برسانیم و اکثر مواقع در جهت رضایت مشتریان عزیز هزینه ایاب و ذهاب را از مشتریان دریافت نکنیم.

### **روننژدهیات به نظر شما ارائه خدمات پس از فروش مطلوب یا نامطلوب تا چه میزان بر جایگاه برندها اثر دارند؟**

متأسفانه صنعت خدمات پس از فروش در کشور ما جدی گرفته نمی‌شود. هر چند که از چند سال گذشته تاکنون در برخی شاخص‌ها رشد داشته اما در عمل، مشتریان رضایت کافی ندارند. پس خودروسازان به جای حضور در فضای رقابتی که درآمد را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد با شکل‌گیری این توفیق اجباری باید به خدمات پس از فروش بهای بیشتری بدهند. در نتیجه می‌توانم بگویم که شرکت‌هایی در نهایت باقی می‌مانند و موفق می‌شوند که در ترازوی صنعت، کفه ارائه خدمات پس از فروششان، سنگین‌تر از فروش باشد. در بحث خدمات‌دهی،

66

**نوید خوش‌طینت: یکی از اقدامات اولیه شرکت تیراژ دیزل، استقرار و بهره‌مندی از نرم‌افزار جامع و یکپارچه شرکت سروشان بود که راهکارهای متعدد و گوناگون آن، ما را در رسیدن به اهدافمان بسیار کمک کرده است**

خدمات خودرویی دست دوم نیز می‌تواند به جذابیت این موضوع کمک کند که شامل سرویس در محل، دریافت و تحویل در محل، عیب‌یابی از راه دور، خدمات امدادی و انواع خدمات آنلاین که در سراسر دنیا مرسوم است می‌شود. آینده این صنعت زمانی شکوفا خواهد بود که موارد گفته شده در بستر مناسبی قرار بگیرد و در نهایت توجه به خدمات پس از فروش را موجب زنده نگه داشتن برند و محصولات تولیدی دانست. باید دانست راضی نگه داشتن مشتری امروزه یک مزیت نیست بلکه یک الزام است؛ مشتری مداری مهمترین وظیفه ماست که در نتیجه محصولات و برندمان را ماندگار خواهد ساخت.

### **روننژدهیات استقرار نرم افزارهای جامع خدمات پس از فروش سروشان چه کمکهایی به توسعه این صنعت داشته است؟**

خب وجود یک نرم‌افزار تخصصی خدمات پس از فروش همانند نرم‌افزار سروشان در یک مجموعه خدمات خودرویی به رشد و توسعه خدمات پس از فروش آن کمک شایان توجهی می‌کند. با استفاده از این نرم‌افزار می‌توان یک سیستم برای فرایندهای شرکت پیاده کرد و شاخص‌های عملکردی را اندازه‌گیری کرد. بعد از آن نوبت به رضایت مشتریان می‌رسد که این منوط به ارائه خدمات پس از فروش مطلوب است که بدون هیچ اتلاف وقتی، نقاط ضعف خود را به قوت تبدیل نماید. پس نتیجه می‌گیریم که استقرار یک نرم‌افزار خدمات پس از فروش در نهایت، درآمد یک سازمان را بهبود می‌بخشد. در شرکت تیراژ دیزل به موازات تولید و فروش محصولات، نگاه کلان مدیران و مدیرعامل محترم به خدمات پس از فروش، نگاه ویژه‌ای است. ما بر این باوریم که حفظ مشتریان و تبدیل آنان به عضو دائمی از خانواده تیراژ دیزل در گرو ارائه خدمات پس از فروشی در شأن نام تیراژ دیزل و مشتریان است و گام اول برای کسب این هدف، داشتن نگاه سیستماتیک است. در همین راستا یکی از اقدامات اولیه ما برای رسیدن به این اهداف هم تهیه، استقرار و بهره‌مندی از نرم‌افزار جامع، تخصصی و یکپارچه شرکت سروشان بود که راهکارهای متعدد و گوناگون آن ما را در رسیدن به اهدافمان بسیار کمک کرد.

مزیت‌هایی که نرم‌افزار جامع سروشان برای شرکت تیراژ دیزل تا کنون داشته عبارتست از: تسریع در نوبت‌دهی و پذیرش - مدیریت مستمر و سهولت ارتباط بین نمایندگان و شرکت - جمع‌آوری راحت و سریع اطلاعات مشتریان - کاهش اتلاف زمان در فرایند گارانتی - ثبت شکایات - نظرسنجی از مشتریان - پذیرش بدون اینترنت امدادگران در کلیه مناطق کشور - ایجاد سامانه پیامکی مشتریان - ارسال فاکتور رسمی به صورت آنلاین و ... که در نهایت فرایند پذیرش تا ترخیص با سرعت بیشتر و عملکرد بهتر انجام می‌شود.





سپیده کلارستانی  
سروش خدمات

## دیدار سروشان با بزرگان صنعت لوازم خانگی ایران

گزارش تصویری از متن و حاشیه بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی

شرکت و راهکارهای فنی مدرن در صنعت لوازم خانگی پرداختند. از جمله برندها و شرکت‌های بزرگ حاضر در این نمایشگاه که طی سالیان اخیر از مجموعه سروشان، مشاوره و خدمات می‌گیرند می‌توان به لوازم خانگی کن، صنایع ایران شرق، کلور، تولپیس، گرین، سنور، بلانتون، دیپوینت، ایستکول، اریسا، لایف، کاجیران و ... اشاره کرد که همگی از برترین کارخانجات و شرکت‌های تولیدی و بازرگانی ایران هستند.

بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (Homex) با حضور بیش از ۳۰۰ شرکت داخلی و خارجی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران آغاز به کار کرد. در نخستین روز از این رویداد، مهندس حسین اسحاق معاون استقرار و پشتیبانی شرکت سروشان به همراه جمعی از کارشناسان و روسای واحدهای مختلف این شرکت از غرفه‌های منتخب بازدید کردند و به تبادل نظر پیرامون نقش پررنگ خدمات این



## گزارش تصویری



## خدمات



# خساراتی که ارائه خدمات ضعیف به مشتری به بار می آورد

خدمات ضعیف پس از فروش تقریباً هرگز از چشم مشتریان دور نمی ماند و تقریباً همیشه آثار مالی زیان باری برای یک کسب و کار پدید می آورد



54%

مشتریانی که به دنبال یک برند یا فروشنده دیگر می روند که خدمات بهتری به مشتریان ارائه می کند

51%

مشتریانی که مایل به خرید بیشتر از فروشنده ای هستند که بهترین خدمات را به مشتری ارائه می کند

27%

مشتریانی که در صورت دریافت خدمات نامطلوب خرید از یک فروشنده را متوقف می کنند



از بین هر ۱۰ خریدار ۶ نفر می گویند که تجربه نامطلوب خود از دریافت خدمات پس از فروش را با دیگران در میان خواهند گذاشت

بی ملاحظگی در ارائه خدمات فروش با کیفیت موجب از دست دادن مشتری می شود

بسیاری از مشتریان برای کیفیت خدمات فروش نسبت به قیمت اولویت بالاتری قائل هستند و این یعنی خدمات فروش مناسب می تواند نقش تعیین کننده ای در تصمیم خرید مردم داشته باشد  
قیمت به تنهایی نمی تواند وفاداری مشتریان را تضمین کند و سرخوردگی مشتریان از کیفیت خدمات دریافتی به ناکامی یک کسب و کار می انجامد

# برنامه‌ریزی تعمیرات ( Clocking )

[www.sorooshan.com](http://www.sorooshan.com)

خدمتی جدید از سروشان





رضایت و آرامش با نرم افزار مدیریت خدمات پس از فروش سروشان

[www.sorooshan.com](http://www.sorooshan.com)