

رضایت کارکنان یعنی رضایت مشتری

منبع: اینترنت

مترجم: سیروس آقایار

وقتی شرکتها به دنبال یافتن راههای بهبود در ارائه خدمات به مشتری می افتند معمولا سعی می کنند امکانات بیشتری در اختیار مشتری قرار دهند و نیازهای آنان را سریعاً برطرف سازند. اما سازمانهای هوشمند و آینده نگر قبل از هر اقدامی در نحوه رفتار و ارتباط با کارکنان تجدیدنظر می کنند و درگام اول آنان را راضی نگه می دارند. مطالعات نشان می دهد رضایت کارکنان یعنی رضایت مشتری.

تحقیقات ثابت می کند کارکنان خرسند تعهد بیشتری نسبت به سازمان و مشتریان احساس می کنند. کارکنانی که از کارشان راضی اند به احتمال زیاد برای کارفرما موفقیت به ارمغان می آورند. آنان برای رسیدن به موفقیت تلاش و جدیت بیشتری به خرج می دهند و سعی می کنند سطح کیفیت خدمت رسانی به مشتری را ارتقا دهند.

در طول ۱۴ سال گذشته در کانادا برای شرکت آی.بی.ام مشاوره می کردم هر ساله مطالعه ای در زمینه سنجش میزان رضایت مشتری و کارکنان انجام می شد. نتیجه هر دو مطالعه حاکی است همبستگی مستقیمی میان رضایت کارکنان و مشتری وجود دارد. اگر رضایتمندی کارکنان کاهش یابد رضایت مشتری نیز در طول شش ماه کاهش می یابد، لذا برای حل این مشکل باید سریعاً اقداماتی انجام داد تا بتوان رضایت کارکنان را از زمانی که رضایت مشتری شروع به کاهش می کند بهبود بخشید. نارضایتی مشتری می تواند ناشی از کاهش دستاوردهای کارکنان خط مقدم باشد.

«کوپرز» و «لای براند» در سالهای ۱۹۹۶ و ۱۹۹۷ با بررسی بسیاری از شرکتهای بزرگ به این نتیجه رسیدند که میان رضایت مشتری و کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد.

یافته های مطالعات شرکت BAIN در زمینه رضایت و وفاداری مشتری نشان می دهد شرکتهای آمریکایی در طول ۵ سال حدود ۵۰ درصد مشتریان خود را از دست می دهند که اگر بتوانند فقط ۵ درصد این میزان را کاهش دهند سود تقریباً دوبرابر می شود. جالب تر اینکه محقق دریافت که کارخانه های آمریکایی در طول چهار سال به طور متوسط ۵۰ درصد کارکنان خود را نیز از دست می دهند. این نکته نشان می دهد اگر اهمیت حفظ کارکنان از حفظ مشتری بیشتر نباشد لاقلاً کمتر نیست، لذا باید قبول کنیم کارکنان شاد و خرسند تمایل کمتری به ترک سازمان دارند و این عامل می تواند باعث افزایش سطح رضایتمندی مشتری شود. اما عامل اصلی یا سوخت محرکه نارضایتی مشتری درگرو کاهش رضایتمندی کارکنان است.

نارضایتی کارکنان نرخ جایجایی و ترک سازمان را افزایش می دهند و باعث می شود سطح کیفیت، ارائه خدمات و تولید محصول کاهش یابد بویژه وقتی که رابطه ما با مشتری مستمر و نحوه ارائه خدمات اهمیت داشته باشد. تعجب آور نیست اگر کارکنان به کارشان یا خدماتی که انجام می دهند ایمان داشته باشند در محیط کار احساس شادتری دارند. لذا باید کارکنان مناسب استخدام کنید، آموزش صحیح بدهید و دائماً در فکر ایجاد انگیزه در آنان باشید.

در طول آزمونهایی که در زمینه خدمت انجام توانمندسازی کارکنان با این هدف که در راستای خواسته های مشتریان عمل کنیم چندان مشکل نیست بلکه معضل اصلی هنگامی رخ می دهد که دیدگاه و روابط مشتریان یا کارکنان با یکدیگر خدشه دار شود. با تدوین برنامه های صحیح آموزشی، می توان به کارکنان کمک کرد تا چارچوبها را بشناسند و در آن قالبها درست عمل کنند. فکر می کنید شرکتها برای رضایت کارکنان چه کار دیگری می توانند انجام دهند؟ یا چه عواملی سبب افزایش رضایتمندی کارکنان می شود؟ بعضی از این عوامل عبارتند از:

۱- ارتباطات: شرکتهای برتر ارزشهایشان را با یکدیگر مبادله می کنند. ارزشها بر رفتار اثرگذار بوده و فرهنگ قوی به وجود می آورد. بنابراین، برقراری ارتباط مستمر، ضروری است.

۲- رهبری: رهبری عامل بارزی در رضایتمندی کارکنان و مشتری محسوب می شود. کارکنان همواره به دنبال مسیرهای مشخص توأم با پیامهای ساده، روشن و رفتار باثبات هستند.

۳- احساس تعلق یا دلبستگی: بهترین شرکتها همیشه از کارکنان می خواهند تا در حل مشکلات مشارکت کنند شرکتها برای بهبود مستمر (کایزن) نیاز به پیشنهادات کارکنان دارند تا پس از بررسی آنها را به کار گیرند. مشارکت کارکنان زمینه ساز رضایت و خرسندی و نتیجه اش بهبود عملکرد است.

۴- بازخور: کارکنانی که دائماً بازخورهای سازنده از عملکردشان دریافت می کنند احتمالاً بهتر می توانند نیازهای مشتری را برطرف سازند.

۵- رفتار درست و انسانی: کارکنان همانگونه با همکاران و مشتریان رفتار می کنند که مدیران با آنها رفتار کرده اند. مانند کودکان که هرچه در زندگی آموخته اند در بزرگسالی آن را بروز می دهند. برای خدمت رسانی مطلوب به مشتری باید مدلی طراحی کرد و در سراسر سازمان آن را به کار گرفت.