



cover story

ΠΑΜΠΟΣ
ΓΑΒΡΙΛΙΔΗΣ

- Καταγραφή αιτήματος.
- Προώθηση στο αρμόδιο άτομο.
- Άμεση ανταπόκριση με επίλυση.
- Μετατροπή της πληροφορίας σε γνώση και διοχέτευση σε όλο το προσωπικό «Η ανταπόκριση που δίνουμε είναι αυτή που θα θέλαμε να λάβουμε κι εμείς ως καταναλωτές», τόνισε ο κ. Γαβριλίδης.

ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Οι δυνατότητες των εργαλείων της νέας τεχνολογίας αξιοποιούνται δεόντως από τους Φούρνους Ζορπά, με στόχο τη μέτρηση και τη βελτίωση της ικανοποίησης των καταναλωτών. Επίσης, η εταιρεία έχει προχωρήσει στην υιοθέτηση αρκετών συστημάτων, παράλληλα με τις ποσοτικές και ποιοτικές έρευνες που διεξάγει κάθε χρόνο, τα αποτελέσματα των οποίων αξιοποιεί με στόχο τη συνεχή αύξηση της ποιότητας της εξυπηρέτησης των πελατών. Στο συγκεκριμένο πεδίο διατηρείται η σωστή αναλογία, έτσι ώστε τα τεχνολογικά μέσα να ενισχύουν και να συμπληρώνουν τις προσπάθειες του ανθρώπινου δυναμικού.

Η ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΚΑΙ Η ΔΥΣΚΟΛΟΤΕΡΗ ΣΤΙΓΜΗ

Ευχάριστες και δύσκολες στιγμές υπάρχουν σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής μιας επιχείρησης και της σχέσης της με τους καταναλωτές. Στους Φούρνους Ζορπά τις χειρίζονται με ειλικρίνεια, η οποία, όπως και στη ζωή, χτίζει και διατηρεί άρρηκτους δεσμούς εμπιστοσύνης, κατέληξε ο κ. Γαβριλίδης.

TIPS ΓΙΑ TOP customer care

- ✓ Επιδίδεται να ακούμε τους καταναλωτές, να κατανοούμε τις ανάγκες τους και να ανταποδίδουμε την εμπιστοσύνη τους προσφέροντας ποιοτική εξυπηρέτηση.
- ✓ Πάγια δέσμευση και καθημερινή πρακτική πρέπει να είναι η εξυπηρέτηση του κάθε πελάτη με σεβασμό, τιμιότητα, εστίαση στην ποιότητα και την καλλιέργεια σχέσης εμπιστοσύνης.

EUROBLINDS ΚΑΘΕ ΑΙΤΗΜΑ ΠΕΛΑΤΗ ΣΤΟ ΦΩΣ

TIPS ΓΙΑ TOP customer care

- ✓ Το ανθρώπινο δυναμικό που στελεχώνει μια εταιρεία πρέπει να αποτελείται από φιλικούς, ευγενικούς, πρόσχαρους και ενθουσιώδεις ανθρώπους, με άριστες επικοινωνιακές δεξιότητες. Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να έχουν την ικανότητα να χειρίζονται με υπομονή δύσκολες καταστάσεις και ταυτόχρονα να διατηρούν την ανθρώπινη προσέγγιση. Η εξέλιξη μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους εργαζόμενους, που αποτελούν τη βιτρίνα της.
- ✓ Είναι απαραίτητο μια εταιρεία να ακούει και να δίνει σημασία στις απόψεις, τις εισηγήσεις και τα παράπονα των πελατών, φροντίζοντας να νιώθουν ως μέρος της. Είναι σημαντικό να γνωρίζει ότι αυτοί που κάνουν παράπονα είναι, συνήθως, οι πιστοί πελάτες της, που επιθυμούν συνέχιση της μεταξύ τους σχέσης.

Η

Euroblinds, με ενεργό παρουσία στην αγορά από το 1969, σε επίπεδο customer care δίνει πρώτα από όλα έμφαση, σύμφωνα με τον CEO, Κυριάκο Νικολαΐδη, στις εύκολες και πρακτικές

λύσεις σκίασης, αυτοματοποιημένων συστημάτων της κατηγορίας αυτής και διακόσμησης για τους πελάτες της, συμβαδίζοντας, βεβαίως, με τις τάσεις στην τεχνολογία και την αισθητική: «Στο πλαίσιο της φιλοσοφίας για την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση του πελάτη διευρύνεται συνεχώς η γκάμα των προτάσεων που προσφέρουμε, με ιδιαίτερα γνωστή στην αγορά τη λύση αυτοματοποίησης, HomeMotion, που εφαρμόζεται στα συστήματα εσωτερικής και εξωτερικής σκίασης».

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Κάθε επιχείρηση, που θέλει να κρατάει τους πελάτες της ικανοποιημένους, οφείλει να ενθαρρύνει την επικοινωνία

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΠΟΥ ΤΥΓΧΑΝΟΥΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

Κάθε μήνα η εταιρεία ανταποκρίνεται σε μερικές εκατοντάδες αιτήματα υφιστάμενων και δυνητικών πελατών.

ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ ΣΕ ΑΙΤΗΜΑΤΑ:

Η ανταπόκριση στα αιτήματα των πελατών είναι άμεση. Αυτό, βεβαίως, εξαρτάται από τον βαθμό δυσκολίας τους.

της μαζί τους. Οι ανησυχίες τους θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως μια ευκαιρία βελτίωσης της εξυπηρέτησης προς όφελος όλων. Εξάλλου, όπως επισημαίνει ο κ. Νικολαΐδης, όταν γίνεται γνωστή μια δυσκολία από κάποιο πελάτη, αυτό επιτρέπει στον οργανισμό να υποθέσει ότι πιθανόν παρόμοιες δυσκολίες να αντιμετωπίζουν κι άλλοι, επομένως χρειάζεται να προσφερθεί μια καλύτερη λύση. «Εξίσου σημαντική είναι και η εξακρίβωση ότι ο καταναλωτής παραμένει ικανοποιημένος και διατηρεί την εμπιστοσύνη του στην εταιρεία ακόμη και μετά την πώληση. Στο πλαίσιο αυτό, η εκ των υστέρων επικοινωνία με σημαντικό αριθμό πελατών βοηθά στον περαιτέρω εντοπισμό πεδίων βελτίωσης».

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Κάθε αίτημα που λαμβάνεται από οποιονδήποτε πελάτη είναι το ίδιο σημαντικό τόσο για την πρόοδο της εταιρείας όσο και για τη βελτίωση κάθε μέλους της ομάδας, γι' αυτό και η αξιολόγηση στη Euroblinds γίνεται με την απαραίτητη σοβαρότητα και προσοχή.

Η λήψη των αιτημάτων γίνεται ηλεκτρονικά, τηλεφωνικά ή προσωπικά στα κέντρα σκίασης της εταιρείας. Στη συνέχεια εξετάζονται από την ομάδα υποστήριξης. Ακολουθεί επικοινωνία με τον πελάτη για διευκρινήσεις κι έπειτα το θέμα πάει στο αρμόδιο άτομο, το οποίο αναλαμβάνει την επίλυσή του.

Το κυριότερο σημείο στην όλη διαδικασία είναι η ειλικρίνεια: «Επιβάλλεται να λέμε την αλήθεια στους πελάτες μας χωρίς υπεκφυγές, έστω κι αν δεν πετύχουμε σε κάποιες περιπτώσεις την πώληση, καθώς η ευθύτητα και η διαφάνεια στις απαντήσεις εκτιμώνται ιδιαίτερα. Σημαντική είναι, επίσης, η έγκαιρη απάντηση και η παροχή έγκυρων πληροφοριών. Ειδικά προς αυτή την κατεύθυνση δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην εκπαίδευση του προσωπικού, σε επίπεδο κουλτούρας και προϊόντων, ενώ παράλληλα υπάρχει η δυνατότητα παροχής εξακριβωμένων πληροφοριών μέσω εγχειριδίων και κωδικών».

ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στη Euroblinds λαμβά-

νεται καθημερινά και τυγχάνουν χειρισμού δεκάδες αιτήματα, τα οποία υποβάλλονται μέσω του online chat, απευθείας από την ιστοσελίδα της εταιρείας ή από τις σελίδες που διατηρεί σε Facebook και Instagram. Μέσα από αυτά τα κανάλια δημιουργήθηκε μια γέφυρα άμεσης και αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες, με στόχο όχι μόνο την εξυπηρέτηση και την ικανοποίηση των αιτημάτων τους, αλλά και για να διατηρείται μαζί τους καθημερινή επαφή. Σημαντικό πλεονέκτημα στην όλη διαδικασία είναι ότι η χρήση των τεχνολογικών συστημάτων καθιστά εφικτή τη δυνατότητα μέτρησης του βαθμού ικανοποίησης των πελατών, μέσα από τη συλλογή των σχολίων και των αντιδράσεών τους, αλλά και η ενημέρωση των ιδίων για τη φιλοσοφία που διέπει την εταιρεία, τις δραστηριότητες και τον τομέα της.

Η ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΣΤΙΓΜΗ

Είναι πολλές οι καλές στιγμές και άλλα τόσα τα μηνύματα ικανοποίησης που λαμβάνονται καθημερινά από πελάτες, ανέφερε ο κ. Νικολαΐδης. «Ιδιαίτερα, όμως, συγκινητικές είναι οι περιπτώσεις απλών ανθρώπων, κυρίως από χωριά, που μετά την ολοκλήρωση της τοποθέτησης συστημάτων σκίασης στον χώρο τους, νιώθουν την ανάγκη να μας ευχαριστήσουν, προσφέροντάς μας ως δώρο αγαθά που παράγουν. Πολλές φορές τα συνεργεία της εταιρείας επέστρεψαν κουβαλώντας μίλη ή φρούτα σε κιβώτια, τα οποία τους έδωσε κάποιος πελάτης, που ήταν και παραγωγός, για να εκφράσει την εκτίμηση και την ευχαρίστησή του».

Η ΔΥΣΚΟΛΟΤΕΡΗ ΣΤΙΓΜΗ

Στη μακρόχρονη πορεία της εταιρείας υπήρξαν κάποια μεμονωμένα περιστατικά, κατά τα οποία οι πελάτες επικοινωνήσαν και προσέβαλαν τη διεύθυνση και το προσωπικό: «Ωστόσο, με τον επαγγελματισμό που διακρίνει την ομάδα μας, με ευγένεια, υπομονή και ηρεμία λύσαμε τα προβλήματα», σημείωσε ο CEO της Euroblinds, προσθέτοντας πως: «Η εμπειρία μας δίδαξε ότι ένας δυσαρεστημένος πελάτης, όταν μείνει ικανοποιημένος μετά το παράπονο που έκανε, μπορεί να γίνει ο πιο πιστός».

ΚΥΡΙΑΚΟΣ
ΝΙΚΟΛΑΪΔΗΣΓΕΩΡΓΙΑ
ΔΕΛΛΙΑ

PHC FRANCHISED RESTAURANTS PUBLIC

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΤΙΓΜΕΣ ΣΑΝ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΣΑΣ

Είναι σημαντικό για κάθε επιχείρηση να γνωρίζει τι θέλει ο πελάτης σήμερα. Όμως, για να μπορέσει να διαφοροποιηθεί και να ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό, είναι ακόμη πιο σημαντικό να μπορεί να προβλέπει το πώς διαμορφώνονται οι ανάγκες των πελατών με την πάροδο του χρόνου,

ενώ η συνταγή του customer care ξεχωρίζει όταν συμπεριλαμβάνει στοιχεία καινοτομίας. «Η πελατοκεντρική προσέγγιση της PHC Franchised Restaurants Public προσανατολίζεται στην προσφορά ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών πραγματικής αξίας για τον πελάτη», επισημαίνει η Γεωργία Δελλιά, senior marketing manager, cafés & restaurants. Η εταιρεία διαχειρίζεται περισσότερα από 100 εστιατόρια γνωστών αλυσίδων και καφετέριες στην Κύπρο και το εξωτερικό, όπως, Pizza Hut, KFC, Taco Bell, Burger King, Wagamama, Caffè Nero, Jamie's Italian, Pier One Café Restobar, Remezzo caferesto, The Fish Market, Το Κυπριακό, Derlicious, Hobo Café, Hobo Mediterraneo Cafe-Restaurant, Sitio Café Restaurant και την υπηρεσία τροφοδοσίας Catercom Catering. «Βασικά στοιχεία, όπως η καλή διάθεση, το χαμόγελο, η ειλικρίνεια και η ευγένεια αποτελούν για εμάς τις πιο ουσιαστικές αρχές κατά την εξυπηρέτηση των πελατών. Γίνεται, μάλιστα, προσπάθεια, μέσα από την καθημερινότητα, να κτίζονται σχέσεις μαζί τους σε καθενα από τα brands που εκπροσωπεί η εταιρεία».