



حساسيت خودرو به بستني وانيلي



منبع : اينترنت



بشش پونتياک شرکت خودروسازی جنرال موتورز شکایتی را از یک مشتری با این مضمون دریافت کرد :

این دومین باری است که برایتان می نویسم و برای این که بار قبل پاسفی نداده اید، گلایه ای ندارم؛ چراکه موضوع از نظر من نیز اهمقانه است! به هر حال، موضوع این است که طبق یک رسم قدیمی، خانواده ما عادت دارد هر شب پس از شام به عنوان دسر بستنی بفورد. سال هاست که ما پس از شام رای گیری می کنیم و براساس اکثریت آرا نوع بستنی، انتقاب و فریداری می شود. این را هم باید بگویم که من به تازگی یک خودروی شورولت پونتیاک جدید فریده ام و با فرید این خودرو، رفعت و آمدم به فروشگاه برای تهیه بستنی دچار مشکل شده است.

لطفا دقت بفرمایید! هر دفعه که برای فرید بستنی وانیلی به مغازه می روم و به خودرو بازمی گردم، ماشین روشن نمی شود؛ اما هر بستنی دیگری که بفرم، چنین مشکلی نفواهم داشت. فواهش می کنم درک کنید که این مساله برای من بسیار جدی و دردسرآفرین است و من هرگز قصد شوفی با شما را





ندارم. می فوادم بپرسم بطور می شود پونتیاک من وقتی بستنی وانیلی می فرم، روشن نمی شود؛ اما با هر بستنی دیگری راحت استارت می خورد؟



مدیر شرکت به نامه دریافتی از این مشتری عجیب، با شک و تردید برخورد کرد؛ اما از روی وظیفه و تعهد، یک مهندس را مامور بررسی مساله کرد. مهندس فبره شرکت، شب هنگام پس از شام با مشتری قرار گذاشت. آن دو به اتفاق به بستنی فروشی رفتند. آن شب نوبت بستنی وانیلی بود. پس از فرید بستنی، همان طور که در نامه شرح داده شد، ماشین روشن نشد! مهندس جوان و جوانی راه حل، ۳ شب پیاپی دیگر نیز با صاحب خودرو وعده کرد. یک شب نوبت بستنی شکلاتی بود، ماشین روشن شد. شب بعد بستنی توت فرنگی و خودرو برافتی استارت خورد. شب سوم دوباره نوبت بستنی وانیلی شد و باز ماشین روشن نشد!

نماینده شرکت به جای این که به فکر یافتن دلیل مساسبت داشتن خودرو به بستنی وانیلی باشد، تلاش کرد با موضوع منطقی و متفکرانه برخورد کند. او مشاهداتی را از لفظه ترک منزل مشتری تا فریدن بستنی و بازگشت به ماشین و استارت زدن برای انواع بستنی ثبت کرد. این مشاهده و ثبت اتفاق ها و مدت زمان آن ها، نکته جالبی را به او نشان داد؛ بستنی وانیلی پرتعداد و پر فروش است و نزدیک در مغازه در قفسه ها پیده می شود؛ اما دیگر بستنی ها داخل مغازه و دورتر از در قرار می گیرند. پس مدت زمان فروش از خودرو تا فرید بستنی و برگشتن و استارت زدن برای بستنی وانیلی کمتر از دیگر بستنی هاست.

این مدت زمان مهندس را به تحلیل علمی موضوع راهنمایی کرد و او دریافت پدیده ای به نام قفل بخار (Vapor Lock) باعث بروز این مشکل می شود. روشن شدن فیلی زود خودرو پس از خاموش شدن، به دلیل تراکم بخار در موتور و پیستون ها مساله اصلی شرکت، پونتیاک و مشتری بود.

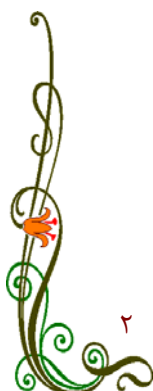
نتیجه کلیت

مشتریان ما به زبان های مختلفی سخن می گویند. ایشان از ادبیات متفاوتی برای کلام گفتن بهره می گیرند. اگر حرف مشتری را خوب گوش کنیم، می توانیم با توجه به لحن گفتار ایشان درک خراتری از آنچه می فوهند به گوش ما برسانند، داشته باشیم.

آیا همه حرف های مشتریان ما باید منطقی، اصولی و مرتبط با موضوع باشد؟

اگر مشتری چیزی می گوید که به نظر مسفره و بی ربط است، یا شکایتی عجیب را طرح می کند، چگونه برخوردی شایسته اوست؟

یک اتفاق نادر برای یک مشتری و پیام به ظاهر اعمقانه او می تواند روشنگر مسیر بهترین و زبره ترین مهندسان جنرال موتورز باشد. مثال ساره ای که نقل شد، تاکید بر این موضوع دارد که مشتری بهترین راهنما و کمک ما در بهتر شدن محصول





و خدمات بنگاه ماست. اگر در پی نوآوری هستیم، باید به طور جری سازوکار «فوب گوش دارن» و «شینرن» صدای مشتری را طراحی کنیم.

شما مشتریان خود را می شناسید؟

صدایشان به گوشتان می رسد؟

بی ربط و یا ربط، حرف مشتری گوهر است.



منبع: www.DiaMethod.com

www.iifco.com

