

ضرورت تشکیل باشگاه مشتریان ویژه در نظام بانکداری

با توجه به افزایش رقابت میان بانک های خصوصی، استفاده از استراتژی های بازاریابی و ارائه خدمات ویژه می تواند برای بانک ارزشمند باشد. برای وفادارسازی مشتریان به سیستم بانکی می توانید از باشگاه مشتریان ویژه استفاده کنید. این باشگاه در واقع یک اتوماسیون بازاریابی با هدف حفظ مشتریان فعلی و ترغیب بیشتر مشتریان جدید به سمت خدمات بانکی شما می باشد.

در گذشته برای پاسخگویی به نیاز مشتریان در بانک از روش های سنتی همچون تلفن، ایمیل، وب، پیام متنی و رسانه های اجتماعی استفاده می کرده اند. اما امروزه با پیشرفت علم و تکنولوژی شما می توانید سیستمی به نام سیستم مشتریان ویژه برای بانک راه اندازی کنید. مشتریان امروزه سریعاً تجربیات منفی و مثبت خود را در محیط های آنلاین و شبکه های اجتماعی به اشتراک می گذارند. در نتیجه شما می توانید با داشتن سیستم باشگاه مشتریان ویژه، یک پشتیبانی 24 ساعته در اختیار مشتری قرار دهید تا مشتری بتواند به راحتی از خدمات بانکی شما بهره مند شود.

در واقع باشگاه مشتریان ویژه در شعب بانک های خصوصی به این منظور راه اندازی می شود که ارتباط بانک با مشتریان بیشتر شود. در باشگاه مشتریان ویژه، بانک می تواند به صورت مستمر با مشتریان خود در ارتباط باشد و به نیاز آنها پاسخ دهد.

ضرورت تشکیل باشگاه مشتریان ویژه برای شعب بانک های خصوصی بیشتر در جهت وفادار سازی مشتریان قبلی و ترغیب مشتریان جدید به خدمات بانکی می باشد. به طور کلی می توان گفت پشتیبانی عالی از مشتری می تواند تجربه شگفت انگیزی را برای او ایجاد کند و بیشتر از قبل از خدمات بانکی شما بهره ببرد.

تیم پشتیبانی باشگاه مشتریان ویژه، خدماتی فراتر از نیاز مشتری به او ارائه می دهد و همین امر سبب ارائه خدمات بیشتر به مشتری و در نتیجه رضایتمندی او می شود. با داشتن باشگاه مشتریان ویژه در شعب بانکی خود، می توانید در میان رقبای خود بدرخشید و پیروزی و حرکت به سمت موفقیت در مسیر بانکداری را تجربه کنید.

هزینه جذب مشتریان جدید، 6 برابر هزینه حفظ مشتریان قدیمی می باشد. همچنین مشتریان فعلی، 60 درصد بیشتر از مشتریان جدید از خدمات بانک شما استفاده می کنند. در نتیجه تمامی این امکانات، ضرورت و اهمیت ایجاد باشگاه مشتریان ویژه در بانک های خصوصی را نشان می دهد. همچنین ارائه خدمات نامناسب به مشتری، یکی از عوامل

اصلی ریزش فروش می باشد. بر اساس تحقیقات صورت گرفته، 68 درصد مشتریان به دلیل عدم پاسخگویی مناسب بانک را ترک کرده اند. اما شما می توانید با داشتن باشگاه مشتریان ویژه و با اولویت قرار دادن پشتیبانی خدمات مشتری، به تمامی نیازهای آنها پاسخ دهید و در مسیر جلب رضایت مشتری قدم بردارید.



اهمیت باشگاه مشتریان ویژه

وفاداری مشتری، برنامه ای است که همه کسب و کارها به دنبال اجرای آن هستند. اولین قدم در جذب و نگهداری مشتریان، جلب رضایت آنها می باشد. اگر مشتری از خدمات و محصولات شما رضایت کافی را کسب کند، شما را به اطرافیان خود نیز معرفی می کند. به طور کلی می توان گفت وفا داری مشتریان باعث افزایش چند درصدی سود شما می شود.

برخی از مواردی که اهمیت استفاده از باشگاه مشتریان ویژه را آشکار می سازد، عبارتند از:

- ایجاد هیجان در مشتریان برای استفاده از محصولات و خدمات بیشتر
- وفا دار ماندن مشتری به دلیل عرضه بهتر خدمات به او
- به اشتراک گذاری خدمات و محصولات با افراد بیشتر

جایگاه باشگاه مشتریان ویژه در نظام بانکداری

برخی از افراد بر این باورند که فقط بانک های دولتی و بزرگ می توانند با طراحی خدمات ویژه، نیاز مشتری را برطرف سازند. اما ما در این مقاله به شما می گوئیم که حتی بانک های خصوصی و کوچک نیز می توانند با داشتن سیستم های پشتیبانی عالی همچون باشگاه مشتریان ویژه، در مسیر موفقیت حرکت کنند و خدمات ویژه ای را به مشتریان ارائه دهند.

اگر بخواهیم از جایگاه باشگاه مشتریان در نظام بانکداری صحبت کنیم، باید بگوئیم که داشتن یک باشگاه مشتریان حرفه ای می تواند احساس ارزشمندی را در مشتری شما ایجاد کند و در نتیجه مشتری بیشتر از قبل به خدمات و مجموعه شما وابسته شود. این نکته را نیز در نظر داشته باشید که در خدمات دهی به مشتریان فعلی و مشتریان جدید نباید تفاوتی قائل شوید.

تعداد دفعات مراجعه مشتری، فاصله بین مراجعات و مدت زمانی که برای استفاده از خدمات مجموعه شما صرف می کند، از ملاک های وفاداری مشتری محسوب می گردد.

استفاده از تکنیک ها و استراتژی های متنوع در سیستم باشگاه مشتریان و دادن پاداش و خدمات عالی به آنها، علاوه بر وفا دار کردن مشتریان فعلی، به راحتی می تواند مشتریان جدید را نیز به سمت بانک شما ترغیب کند. به طور مثال شما می توانید خدماتی را در اختیار مشتری قرار دهید که برای او جذاب باشد و به سمت استفاده بیشتر از خدمات شما ترغیب شود.

ارائه خدمات حرفه ای نه تنها باعث جذب بیشتر مشتری می شود بلکه سود شما را نیز افزایش می دهد. بررسی ها نشان می دهد 86 درصد افراد تمایل به پرداخت هزینه های بیشتر برای داشتن یک تجربه بهتر دارند. در نتیجه اگر برخی از افراد تمایل به پرداخت هزینه های بیشتر برای دریافت خدمات حرفه ای دارند، شما باید سطوح متفاوتی را برای مشتریان خود در نظر بگیرید تا هر مشتری بتواند بر اساس نیاز خود از خدمات شما استفاده

کند. به طور کلی می توان گفت، داشتن سیستم هایی همچون باشگاه مشتریان و ارائه خدمات با کیفیت می تواند به سود بیشتر بانک شما کمک کند.



اهداف باشگاه مشتریان در نظام بانکداری

هدف از تشکیل و راه اندازی باشگاه مشتریان را می توان به صورت زیر بیان کرد:

- افزایش ارتباط و تعامل مشتری با بانک
- جذب مشتریان جدید
- حفظ مشتریان فعلی
- آشنایی و شناخت با فرصت های جدید تجاری
- کاهش فرصت های از دست رفته
- بهبود عملکرد بانک از طریق تحلیل اطلاعات
- عدم اتکا به رسانه های اجتماعی برای تبلیغات و بازاریابی
- خلق یک تجربه عالی و شگفت انگیز برای مشتریان
- افزایش فروش و سود مجموعه
- ارتباط مستقیم با مشتریان

- افزایش دفعات مراجعه مشتری به بانک
- کاهش فاصله میان مراجعات مشتری به بانک
- تبدیل مشتریان گذری به مشتریان دائمی
- ارائه پاسخ مناسب در مقابل اعتماد مشتریان
- ایجاد ارتباط دوسویه با مشتری
- ذخیره اطلاعات مشتری
- تشویق افراد برای استفاده از خدمات الکترونیکی بانک
- معرفی خدمات جدید به مشتریان
- کاهش ضربه پذیری در مقابل رقبا
- بهبود و توسعه فعالیت های بانک با ارائه آمارهای مفید مدیریتی و بازاریابی از طریق وب سایت

مزایای راه اندازی باشگاه مشتریان ویژه

در این قسمت از مقاله به برخی از مزایای استفاده از باشگاه مشتریان ویژه می پردازیم.

افزایش فروش

جالب است بدانید افزایش فروش می تواند بدون جذب مشتری جدید اتفاق بیفتد. هرچه میزان وفاداری مشتری به خدمات و محصولات شما بیشتر شود، میزان خرید او افزایش خواهد یافت و در نتیجه فروش شما نیز بیشتر می شود. به این نکته نیز توجه کنید که حفظ مشتریان قبلی می تواند سبب افزایش مشتریان جدید شود زیرا جلب رضایت مشتریان قبلی می تواند یک راه تبلیغاتی برای جذب مشتریان جدید به مجموعه شما باشد.

کاهش هزینه های نیروی انسانی و صرفه جویی در زمان

برای وفا دار کردن مشتریان باید اقداماتی را انجام دهید که مشتری به سمت خدمات و محصولات شما ترغیب شود. به عنوان مثال شما تصمیم می گیرید که برای وفادار سازی مشتریان خود، کارهای زیر را انجام دهید:

- ثبت نام، نا خانوادگی و تاریخ تولد مشتری در زمان مراجعه به بانک
- ارسال پیامک های مناسبی همچون تبریک تولد و تبریک و تسلیت مناسبت های خاص
- تماس و برقراری ارتباط با مشتریان به منظور ثبت پیشنهادات و انتقادات آنها

سه مورد از کارهایی که در قسمت فوق به آنها اشاره کرده ایم، گوشه ای از خدمات یک نرم افزار باشگاه مشتریان ویژه می باشد. اگر شما بخواهید این موارد را به صورت دستی انجام دهید، به نیروی کار متخصص نیاز دارید و استخدام نیروی کار می تواند در بر گیرنده هزینه هایی برای مجموعه شما باشد. اما با داشتن یک سیستم باشگاه مشتریان ویژه، تمامی این کارها به صورت اتوماتیک در اختیار مجموعه و مشتریان شما قرار می گیرد.

کاهش هزینه های تبلیغاتی

امروزه راه های متفاوتی برای تبلیغ محصول و خدمات مجموعه شما وجود دارد. اما هر یک از این راه ها می تواند هزینه هایی را بر مجموعه شما تحمیل کند. با داشتن باشگاه مشتریان ویژه و وفادار سازی مشتریان می توانید امیدوار باشید که مشتری دفعات بعدی نیز به مجموعه شما مراجعه می کند و از خدمات شما بهره می برد. بنابراین با توجه به موارد بیان شده، با داشتن یک سیستم باشگاه مشتریان می توانید خود را از پرداخت هزینه های تبلیغاتی بی نیاز کنید.

ارائه خدمات در کمترین زمان ممکن

هدف از ایجاد باشگاه مشتریان ویژه این نیست که مشتری به بانک مراجعه نداشته باشد. بلکه هدف از ایجاد این باشگاه، پشتیبانی بهتر و سریع تر از خدمات بانک می باشد. از دیگر مزایای استفاده از باشگاه مشتریان ویژه می توان به مواردی همچون کاهش بروکسی های اداری، تسریع در اخذ مصوبات دیجیتالی و ارزی و در نهایت تسریع پاسخگویی به نیازهای مشتری اشاره کرد.

به چه صورت می توان در باشگاه مشتریان، امتیاز جمع آوری کرد؟

روش های مختلفی برای دریافت امتیاز از باشگاه مشتریان بانک های خصوصی وجود دارد که برخی از آنها عبارتند از:

دریافت امتیاز باشگاه مشتریان با پرداخت اقساط به صورت غیر حضوری

یکی از روش هایی که مشتریان می توانند با استفاده از آن امتیاز خود را در باشگاه مشتریان افزایش دهند، پرداخت اقساط به صورت غیر حضوری می باشد.

دریافت امتیاز باشگاه مشتریان با پرداخت غیر حضوری قبوض

یکی دیگر از روش های جمع آوری امتیاز در باشگاه مشتریان ویژه، پرداخت قبوض به صورت غیر حضوری می باشد. به این صورت که مشتریان با پرداخت هر قبض به صورت غیر حضوری می توانند امتیازی را از باشگاه مشتریان آن بانک دریافت کنند.

دریافت امتیاز باشگاه مشتریان با خرید اینترنتی

خرید اینترنتی یکی دیگر از روش های جمع آوری امتیاز برای باشگاه مشتریان برخی بانک ها می باشد. در این روش مشتریان می توانند با توجه به سقف خریدی که مشخص شده است، امتیازی را در باشگاه مشتریان دریافت کنند.

دریافت امتیاز باشگاه مشتریان با خرید از طریق کارت خوان

امروزه در هر کسب و کاری، بیشتر پرداخت ها با استفاده از کارتخوان انجام می شود. برخی از بانک ها این امکان را به باشگاه مشتریان خود اضافه می کنند که مشتری با هر خرید از طریق کارتخوان بتواند امتیازی را کسب کند.

دریافت امتیاز با پرداخت قبوض و اقساط زودتر از زمان موعود

برخی از بانک ها برای تسریع در پرداخت اقساط و قبوض مشتریان زودتر از زمان موعود، امتیازاتی را در باشگاه مشتریان در نظر می گیرند. در این روش مشتری می تواند با پرداخت قبوض و اقساط خود زودتر از زمان موعود، امتیازاتی را در باشگاه مشتریان کسب کند.

کسب امتیاز باشگاه مشتریان با پرداخت وجه سوخت از طریق ایستگاه پرداخت

از دیگر روش های جمع آوری امتیاز برای باشگاه مشتریان می توان به پرداخت وجه سوخت در یکی از مراکز پرداخت متعلق به پمپ بنزین اشاره کرد. در این روش مشتریان می توانند به ازای هر مبلغی که در مراکز سوخت پرداخت می کنند، از امتیازاتی در باشگاه مشتریان بهره مند شوند.



تفاوت بین لایسنس(سرویس) باشگاه مشتریان با نرم افزار باشگاه مشتریان چیست؟

سرویس باشگاه مشتریان با نرم افزار باشگاه مشتریان تفاوت هایی دارد که در این قسمت به بررسی این تفاوت ها می پردازیم:

- نرم افزار باشگاه مشتریان برنامه ای می باشد که با توجه به یک سری نیازهای عمومی و از پیش تعیین شده نوشته می شود. در حالی که سرویس باشگاه مشتریان به صورت کاملا پارامتریک و ماژولار ارائه می گردد و با توجه به نیازهای مشتری به صورت مداوم در حال توسعه و بهبود می باشد.
- نرم افزار باشگاه مشتریان را باید بر روی سیستم کامپیوتری نصب کرد تا بتوان از امکانات آن استفاده نمود. این در حالی است که سرویس باشگاه مشتریان بر روی کلود(سرور ابری) راه اندازی می شود و ابزارهای عملیاتی آن بر روی سیستم کامپیوتری قابل نصب می باشد و محدودیتی برای ارائه خدمات ندارند.
- نرم افزار باشگاه مشتریان قابل توسعه نمی باشد اما سرویس باشگاه مشتریان به صورت اتوماتیک به نسخه های بالاتر آپدیت می شود.

- نرم افزار باشگاه مشتریان وظیفه ای در قبال حفظ اطلاعات مشتری ندارد. اما سرویس باشگاه مشتریان وظیفه حفظ و امنیت اطلاعات مشتریان را با تهیه نسخه های پشتیبان در اختیار شرکت ارائه دهنده سرویس قرار می دهد. در نتیجه اگر اطلاعات مشتریان در یکی از سیستم ها با مشکل مواجه شود، با سیستم های دیگر می توان به این اطلاعات دسترسی پیدا کرد.

مراحل اجرای باشگاه مشتریان ویژه

اگر مراحل اجرای باشگاه مشتریان را به خوبی رعایت نکنید، حتی بهترین نرم افزار باشگاه مشتریان نیز نمی تواند تاثیرات مثبتی بر روی فرایند کاری شما داشته باشد. به همین دلیل در این قسمت مراحل اجرای باشگاه مشتریان ویژه را به صورت کامل بررسی می کنیم.

(1) مشاوره و تحلیل خدمات و محصولات

عوامل موفقیت هر شغلی با شغل دیگر متفاوت می باشد. قبل از راه اندازی باشگاه مشتریان ویژه بانک، می توانید از یک مشاور در جهت طراحی و راهنمایی مسیرهای پیش روی خود کمک بگیرید. به این منظور شما باید در چندین جلسه با مشاور صحبت کنید و نیازهای مجموعه خود را با او در میان بگذارید. در جلسات مشاوره، باید به سوالاتی که در ادامه بیان می کنیم، پاسخ مناسب داده شود تا بتوانید یک باشگاه مشتریان عالی برای مجموعه خود راه اندازی کنید. برخی از این سوالات عبارتند از:

- بهترین روش برای تشویق و هدایت مشتریان به خرید دوباره کدام است؟
- چه فرایندهایی می تواند برای کسب و کار و مجموعه شما ارزشمند باشد؟
- تفاوت مجموعه شما با مجموعه ای که از نرم افزار باشگاه مشتریان استفاده نمی کند، چیست؟

- از نظر مشتری، کدام یک از بخش های باشگاه مشتریان جذاب تر می باشد؟
- تاثیرگذارترین مدل امتیاز دهی به مشتریان برای مجموعه شما کدام است؟
- نرخ بازگشت مشتری چقدر پیش بینی می شود؟

اگر به دنبال راه اندازی بهترین سیستم باشگاه مشتریان ویژه برای بانک و مجموعه خود هستید، یافتن پاسخ سوالات فوق کمک بسیاری به شما می کند.

بعد از گرفتن اطلاعات کافی از مشاور، می توانید باشگاه مشتریان را به صورت دقیق و منظم طراحی و اجرا کنید. در راه اندازی باشگاه مشتریان به این نکته توجه داشته باشید که شما باید به تمامی وعده هایی که به مشتریان خود داده اید، عمل کنید. با داشتن یک برنامه وفادار سازی مناسب می توانید قابلیت ها و امکانات زیادی را در اختیار مشتریان خود قرار دهید. یک برنامه وفاداری مناسب قابلیت ها و امکانات زیر را در اختیار شما قرار می دهد:

- امکان استفاده از ابزارهای متنوع برای ثبت تراکنش (دستگاه پوز، نرم افزار ویندوز، اپلیکیشن تلفن همراه)
- امکان ثبت انواع تراکنش در کمترین زمان ممکن
- راه اندازی آسان و بدون نیاز به زیر ساخت های خاص
- امکان گروه بندی مشتریان بر اساس پارامترهای مختلف همچون میزان امتیاز
- امکان مشخص سازی شعب و سیاست گذاری های مختلف برای هر شعبه به صورت جداگانه
- کارت عضویت (کارت وفاداری) با طرح اختصاصی
- امکان بکار گیری از بهترین سیستم های امتیازی، تخفیفی و اعتباری

به این نکته توجه داشته باشید که راه اندازی باشگاه مشتریان نوعی تبلیغات برای جذب مشتری جدید نمی باشد، هر چند که با اجرای صحیح آن می توان مشتریان جدید را نیز به خوبی جذب کرد. بلکه هدف اصلی باشگاه مشتریان ویژه، وفا دار کردن مشتریانی است که قبلا از خدمات و محصولات مجموعه شما استفاده کرده اند. در مسیر اجرای باشگاه مشتریان به موارد زیر دقت کنید:

- در هنگام اجرای باشگاه مشتریان، انتظار بازخورد زود هنگام نداشته باشد. حداقل به مدت 3 تا 6 ماه باید باشگاه مشتریان را به صورت کامل اجرا کنید تا بتوانید تحلیل مناسبی از بازخورد و رفتار مشتریان خود مشاهده کنید.
- راه اندازی باشگاه مشتریان برای کسب و کارهایی مناسب می باشد که رفتار و برخورد خوبی با مشتری دارند و محصولات و خدمات خود را نیز با قیمت و کیفیت مناسب در اختیار مشتریان قرار می دهند.

- چیزی به نام مشتری ثابت وجود ندارد. بنابراین اگر برخی از مشتریان شما در باشگاه مشتریان ویژه عضو نمی شوند، امید خود را از دست ندهید و به استراتژی های بهتر برای ترغیب مشتریان فکر کنید.

(4) تهیه گزارش نرم افزار باشگاه مشتریان ویژه

تهیه یک گزارش دقیق و کامل می تواند به شما نشان دهد که تا چه میزان پله های موفقیت را طی کرده اید و در چه قسمت هایی از این نرم افزار باید بازنگری کنید.

یک گزارش دقیق و کامل از باشگاه مشتریان، دارای خصوصیت های زیر می باشد:

- گزارش های گرافیکی و در عین حال ساده و قابل فهم
- گزارش کامل از مشتریان جدید و تاثیر این مشتریان در میزان فروش
- گزارش کامل از تمام پارامترهای رفتاری مشتری (تعداد دفعات مراجعه، میزان فاصله بین مراجعات، اعتبار و امتیاز دریافتی، میزان خرید)
- تهیه ریز تراکنش مشتریان و تهیه گزارش از سیستم های فروش
- تهیه گزارش تحلیلی از میزان وفاداری مشتری

(5) ثبت نظرات و انتقادات مشتری در باشگاه مشتریان

جالب است بدانید 89 درصد از مشتریان بدون ذکر دلیل نارضایتی خود، مجموعه شما را ترک می کنند و دیگر از خدمات و محصولات شما استفاده نمی کنند. با توجه این مورد می توان گفت قرار دادن بخش ثبت نظرات و انتقادات برای مشتریان و در نتیجه مجموعه شما می تواند مفید باشد. توجه به موارد زیر، در نظرسنجی از مشتری اهمیت فراوانی دارد:

- نظر مشتریان باید در رابطه با تمام ابعاد خدمات شما پرسیده شود.
- مشتری باید حس کند که مجموعه شما برای او و نظراتش ارزش قائل است.
- ارتباط نیروی انسانی با مشتری و ثبت نظرات او، در افزایش رضایت مشتری از خدمات و محصولات مجموعه شما تاثیرگذار است.
- نظرات دریافت شده از مشتریان، باید به صورت دقیق و کامل تحلیل و بررسی شود.

6) تحلیل رفتار و عملکرد مشتری در باشگاه مشتریان

یکی از مهمترین مراحل اجرای باشگاه مشتریان، تحلیل رفتار مشتری به صورت اصولی، کاربردی و قابل درک می باشد. شما باید بتوانید بر اساس تحلیل رفتار مشتری، تصمیمات جدید برای مجموعه خود بگیرید.

7) آفر، پروموشن و کمپین تبلیغاتی

در باشگاه مشتریان، آفرها بر اساس تحلیل دقیق از رفتار مشتریان، مشخص می شود. یکی از مزایای استفاده از باشگاه مشتریان این می باشد که این آفرها به صورت اتوماتیک و بر اساس میزان فعالیت مشتری به صورت خودکار برای او ارسال می شود و مشتری می تواند در زمان مراجعه به صورت خودکار از این آفرها بهره ببرد.

به طور کلی می توان گفت یک برنامه وفاداری حرفه ای باید امکانات زیر را داشته باشد:

- تعیین آفرها بر اساس پارامترهای رفتاری مشتریان (تعداد دفعات مراجعه، فاصله میان دفعات مراجعه، مبلغ خرید)
- امکان ایجاد آفرهای مناسبتی (روز تولد و مناسبت های خاص)
- گروه بندی مشتریان و ایجاد آفرهای مشخص برای هر گروه بر اساس میزان فعالیت مشتری
- ارسال اتوماتیک آفرها برای مشتریان
- امکان ایجاد آفرهای محدود و نامحدود
- ارسال آفرها به روش های مختلف (پیامک، اپلیکیشن مشتریان و رسانه های اجتماعی همچون تلگرام، اینستاگرام، توئیتر و سایر شبکه های اجتماعی)



نحوه عضویت در باشگاه مشتریان ویژه

عضویت در باشگاه مشتریان ویژه به صورت حضوری و غیر حضوری امکان پذیر می باشد. به این صورت که مشتریان با داشتن کارت بانکی می توانند عضو باشگاه مشتریان بانک شوند. در واقع نحوه اجرا و مدیریت باشگاه مشتریان به این صورت می باشد که مشتریان به هر میزان از خدمات الکترونیکی بانک شما بیشتر استفاده کنند، امتیاز بیشتری را کسب می کنند و در نهایت این امتیازات به پاداش تبدیل می شود.

امتیازات جمع آوری شده توسط مشتریان دارای دوره انقضا می باشد که این دوره انقضا نیز برای هر مشتری با توجه به امتیاز کسب شده، متفاوت می باشد.

برخورد متفاوت مشتریان با عضویت در باشگاه مشتریان ویژه

عکس العمل مشتریان در برخورد با باشگاه مشتریان ویژه متفاوت می باشد. لازم است با انواع برخوردها آشنا شوید تا بتوانید از بهترین راهکارها در جهت توسعه و بهبود خدمات بانک استفاده کنید. به طور کلی بازخورد مشتریان با عضویت در باشگاه مشتریان به سه دسته زیر تقسیم می شود:

1) افرادی که تحت تاثیر باشگاه مشتریان ویژه قرار گرفته اند.

دسته اول افرادی هستند که از خدمات ارائه شده در باشگاه مشتریان رضایت کافی را دارند. این دسته از افراد تلاش می کنند که از خدمات و محصولات بیشتری از مجموعه شما استفاده کنند تا بتوانند امتیازات بیشتری را در باشگاه مشتریان کسب نمایند. هر چه امکانات و خدمات باشگاه مشتریان بیشتر باشد، وفاداری این افراد نیز بیشتر می شود.

2) افرادی که تحت تاثیر باشگاه مشتریان ویژه قرار نگرفته اند.

دسته دوم افرادی هستند که تمایل چندانی به عضویت در باشگاه مشتریان ندارند. اما این موضوع به این معنی نیست که این افراد از امکانات و قابلیت های باشگاه مشتریان ناراضی هستند. بلکه به این معنی است که اینگونه مشتریان، تمایل چندانی به مشارکت ندارند و در به دست آوردن امتیاز و کسب پاداش هیچ تلاشی نمی کنند. عکس العمل این افراد دلایل گوناگونی دارد که برخی از این دلایل عبارتند از:

- ترس از ثبت اطلاعات
- بی حوصلگی و داشتن روحیات درون گرایانه
- عدم اعتماد به برنامه های وفاداری
- مهم نبودن قیمت محصولات

3) افرادی که علاقه بسیاری به گرفتن پاداش و تخفیف دارند.

این دسته از افراد، به گرفتن تخفیف علاقه بسیاری دارند. این دسته از مشتریان، ابتدا تمامی پیشنهادات، جوایز و تخفیفات را بررسی کرده و سپس از محصول و خدمات ارائه شده استفاده می کنند. در واقع می توان گفت گرفتن تخفیف یک نوع سرگرمی برای این افراد محسوب می شود. بنابراین استفاده از باشگاه مشتریان ویژه برای این افراد بسیار جذاب می باشد.

ارتقاء بخش باشگاه مشتریان ویژه

عامل اصلی موفقیت در کسب و کار، ارائه خدمات با کیفیت و ارتقاء این خدمات می باشد. پشت هر کسب و کار موفق یک تیم پشتیبانی قوی قرار دارد. در نظام بانکداری نیز این موضوع مطرح می باشد. در ادامه چند راهکار جهت ارتقا بخش باشگاه مشتریان ویژه

بانک های خصوصی بیان می کنیم. با استفاده از این راهکارها می توانید سیستم پشتیبانی خود را تغییر داده و خدمات بهتری را در اختیار مشتریان قرار دهید.

به عنوان یک تیم، از مشتریان خود پشتیبانی کنید.

پشتیبانی مشتری را فقط به تیم پشتیبانی محدود نکنید. انتظار نمی رود که تیم پشتیبانی بانک به هر مسئله ای تمرکز کافی داشته باشد. بنابراین به هر کارمندی، نحوه استفاده از این نرم افزار را آموزش دهید تا آنها نیز بتوانند در زمان های شلوغ، پاسخگوی مشتریان باشند.

در واقع می توان گفت هنگامی که همه افراد در مسیر ارائه خدمات به مشتریان همکاری کنند، ارائه خدمات به مشتری آسان تر می گردد.

تعامل با مشتری

هیچ چیز به جز تعامل نمی تواند در درک و چگونگی برخورد با مسائل مشتریان به شما کمک کند. وقتی که شما با مشتری به تعامل و گفت و گو می پردازید، مشتری احساس ارزشمند بودن می کند و به احتمال زیاد به مشتریان وفادار شما می پیوندد.

همچنین از نمایندگان واحد پشتیبانی خود بخواهید که هنگام گفت و گو با مشتری از آنها سوال بپرسند و نیازهای خود را به صورت کامل با آنها در میان بگذارند.

خدمات دهی به مشتریان را به صورت دوستانه و شخصی ارائه دهید.

بسیاری از افراد ترجیح می دهند که مشکلات خود را با انسان ها در میان بگذارند نه با ربات ها. بنابراین از تیم پشتیبانی خود بخواهید که در ارسال پیام های متنی به صورت دوستانه با مشتری صحبت کنند. در واقع می توان گفت هر چیزی که چهره شخصی و دوستانه داشته باشد، برای ارائه خدمات شما ارزشمندتر است.

در ارائه خدمات، با مشتری صادق باشید.

مشتری انتظار شنیدن چیزی جز حقیقت را ندارد. با مشتری صادق باشید تا بتوانید تعهد او را نسبت به خدمات خود کسب کنید. از تیم پشتیبانی خود بخواهید که اگر در رابطه با موضوعی اطلاع کافی ندارند، از مشتری بخواهند که با فرد دیگری تماس بگیرد. با مشتریان خود گفتگوی آزاد داشته باشید زیرا این موضوع سبب احترام به مشتریان و در نتیجه وفا داری آنها می گردد.

در ارائه خدمات، با مشتری همدلی کنید.

هیچ بانکی نمی تواند با بی تفاوتی نسبت به مشتریان خود، موفق شود. در شرایط گوناگون به خصوص شرایط سخت، خود را جای مشتری بگذارید. این کار نه تنها سبب قدر دانی مشتری از همدلی شما می شود بلکه به یک مزیت رقابتی تبدیل خواهد شد. محصولات و خدمات خود را به خوبی بشناسید.

هر چه تیم خدمات مشتری، اطلاعات بیشتری در رابطه با محصول و خدمات ارائه شده در بانک داشته باشد، بهتر می تواند عمل کند. از تیم پشتیبانی خود بخواهید که با خدمات و محصولات آشنایی کافی را داشته باشند تا در هنگام مراجعه مشتریان بتوانند اطلاعات کافی را در اختیار آنها قرار دهند. ارائه اطلاعات کافی در رابطه با خدمات و محصولات مجموعه، می تواند سبب جذب بیشتر مشتری و در نتیجه وفاداری آنها گردد. خدمات را بدون هدر دادن وقت اضافه، به مشتری ارائه دهید.

مشتریان منتظر ماندن را دوست ندارند. پاسخ سریع به نیازهای مشتری می تواند اعتماد به نفس او را افزایش دهد و به مشتریان وفا دار شما بپیوندد. استفاده از سیستم هایی همچون باشگاه مشتریان ویژه، می تواند زمان پاسخ دهی به نیازهای مشتریان را سرعت ببخشد. مسائل را به صورت دقیق برای مشتری روشن کنید.

در ارائه خدمات به مشتریان به گونه ای برخورد کنید که اطلاعات کافی را بتوانید در اختیار مشتری قرار دهید. اگر در پاسخ دهی به مشتریان ضعیف عمل کنید، مشکلات متعددی برای آنها پیش می آید و در نتیجه مسائل تکراری را باید بار دیگر برای آنها بازگو کنید. این امر برای مشتریان خوشایند نیست و مانع از وفادار سازی آنها به خدمات و محصولات شما می شود.

آشنایی با عادت های خرید، به منظور بهبود مستمر آنها در باشگاه مشتریان

در مسئله ارتقاء بخشی باشگاه مشتریان ویژه به این نکته توجه داشته باشید که این باشگاه علاوه بر سود آروی، حجم زیادی از داده های مرتبط با رفتار مشتریان را نیز در اختیار شما قرار می دهد. در واقع با داشتن باشگاه مشتریان برای مجموعه و شعب خود، می

توانید با عادت های خرید و استفاده از خدمات مشتریان آشنا شوید و در مسیر ارتقاء آن بخش از باشگاه خود قدم بردارید.



تاثیر باشگاه مشتریان در شعب بانک ها

آن دسته از بانک هایی که از باشگاه مشتریان استفاده می کنند، از محبوبیت بیشتری در مقایسه با بانک های دیگر برخوردار هستند. جالب است بدانید باشگاه مشتریان می تواند اسامی کسانی که امتیازات بالایی را کسب کرده اند، در وبسایت بانک به نمایش بگذارد. این مورد یکی از استراتژی های تاثیرگذار و جالب می باشد که می تواند مشتریان را به فعالیت

بیشتر و در نتیجه گرفتن امتیازات بالاتر ترغیب کند. با ایجاد باشگاه مشتریان برای شعب بانک ها می توانید محبوبیت خود را در میان مشتریان افزایش دهید.



در این مقاله به بررسی اهمیت و ضرورت استفاده از باشگاه مشتریان ویژه در بانک های خصوصی پرداخته ایم. به طور کلی می توان گفت اهمیت ایجاد باشگاه مشتریان ویژه از آن جهت می باشد که ارتباط شما با مشتریان دائمی می باشد و پس از فروش نیز می توانید با مشتریان خود در ارتباط باشید. ارائه خدمات با کیفیت و مطلوب، در رقابت پذیری اهمیت بسیاری دارد و می تواند شما را به سمت کسب موفقیت های بزرگ هدایت کند. در محیط های رقابتی همچون بانک های خصوصی با ارائه خدمات عالی و با کیفیت به مشتری، نام خود را در صدر نام رقبای قرار دهید.

وفاداری مشتری یکی از مهمترین دلایل پیشرفت و موفقیت کسب و کارهای مختلف از جمله بانک ها می باشد. در واقع بانک ها باید وفاداری مشتری را در اولویت قرار داده و شعار اول خدمت، دوم فروش را سر لوحه کار خود قرار دهند.

پشتیبانی حرفه ای از مشتری سبب ایجاد یک تجربه شگفت انگیز برای او می شود که تجربه مطلوب مشتری، رضایت مندی او را به همراه دارد و در نتیجه این موارد می تواند وفاداری مشتری به مجموعه شما را در بر داشته باشد. این نکته را نیز در نظر داشته باشید که بانک های خصوصی برای ایجاد تمایز و کسب اعتماد افراد، نیازمند ارتباط بیشتر با مشتری می باشند که نرم افزار باشگاه مشتریان ویژه می تواند در این راستا به آنها کمک بزرگی کند.