

## MIJOZLARGA XIZMAT KO`RSATISHNING SAMARALI USULLARI

**Qodirova Sevinchxon Tohir qizi**

*AT Xalq banki mijozlar bilan ishlash yetakchi mutaxassisi*

**Annotatsiya:** *Mijozning intellektual salohiyati va ongini rivojlantirish, uni tovarga qiziqтира olishning zamonaviy standartlari. Mijozning soatlab navbat kutib turishining oldini olish ya'ni o'z o'ziga xizmat ko'rsatishni to'g'ri yo'naltira olish. Mazkur maqolada mijozlarga samarali xizmat ko'rsatish asosiy usullari yoritib berilgan.*

**Kalit so'zlar:** *Mijozlarni qo'llab-quvvatlash, avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish, online murojaatlar, daromadni oshirish, xizmat ko'rsatish standartlari, mijozning ehtiyojini aniqlash, strategiyalari, samarali xizmat ko'rsatayotgan firmalar.*

### **Kirish**

Har bir sanoat turli darajadagi mijozlarga xizmat ko'rsatishni talab qiladi, ammo oxir-oqibat, yaxshi xizmat ko'rsatish g'oyasi daromadlarni oshirishdir. Mijozlarga xizmat ko'rsatish sohasidagi o'zaro munosabatlarning muvaffaqiyatini idrok etish mijozning shaxsiyatiga moslasha oladigan xodimlarga bog'liq. Mijozlarga xizmat ko'rsatish ko'pincha firmaning strategiyalari va qadriyatlarini aks ettiradigan tarzda amalga oshiriladi. Yaxshi sifatli mijozlarga xizmat ko'rsatish odatda mijozlarni ushlab turish orqali o'lchanadi. Ba'zi firmalar uchun mijozlarga xizmat ko'rsatish firmaning nomoddiy aktivlarining bir qismi bo'lib, uni sanoatdagi boshqalardan farqlashi mumkin. Mijozlarga xizmat ko'rsatishning bitta yaxshi tajribasi mijozning tashkilotga nisbatan butun idrokini o'zgartirishi mumkin.

Mijozlarga xizmat ko'rsatish nafaqat tashkilotning tashqi tomoniga, balki biznes faoliyatini osonlashtiradigan ichki munosabatlarga ham e'tibor qaratadi. Xizmat ko'rsatuvchi firmalar uchun mijozlarga xizmat ko'rsatish sog'liqni saqlash yoki yuridik sohalarda bo'lgani kabi mijozlar bilan yaqin aloqada bo'lganligi sababli muhim rol o'ynaydi. Agar yaqin o'zaro aloqa talab etilmasa, odamlarga e'tiborni jalb qilishning turli usullari mavjud.

Xizmat ko'rsatish sohasidagi evolyutsiya iste'molchilarning ehtiyojlarini aniqladi. Kompaniyalar va banklar odatda o'z xodimlarini o'zlarining maxsus xizmat paketlariga rioya qilishlari uchun yo'naltirish uchun siyosat yoki standartlarni yaratadilar.

### **Asosiy Qism**



Mijozlarni qo'llab-quvvatlash — bu iste'molchilarga mahsulotdan tejamkor va to'g'ri foydalanishda yordam berish uchun bir qator iste'molchi xizmatlari. U mahsulotni rejalashtirish, o'rnatish, o'qitish, muammolarni bartaraf etish, texnik xizmat ko'rsatish, yangilash va yo'q qilishda yordamni o'z ichiga oladi. Ushbu xizmatlar hatto mijoz mahsulot yoki xizmatdan foydalanadigan joyda ham taqdim etilishi mumkin. Bunday holda, u „uyda mijozlarga xizmat ko'rsatish“ yoki „uyda mijozlarni qo'llab-quvvatlash“ deb ataladi. Mijozlarni qo'llab-quvvatlash — bu mijozning ehtiyojlarini qondirishni ta'minlaydigan samarali strategiya. Mijozlarni qo'llab-quvvatlash xizmati mijozga taqdim etilgan mahsulot va xizmatlar ularning kutganlarini qondirishini ta'minlashga yordam beradi. Samarali va samarali mijozlarni qo'llab-quvvatlash tajribasini hisobga olgan holda, mijozlar tashkilotga sodiq bo'lishadi, bu esa tashkilotning raqobatchilarga nisbatan raqobat ustunligini yaratadi. Tashkilotlar mijozlarni qo'llab-quvvatlashga oid har qanday shikoyatlar samarali ko'rib chiqilishini ta'minlashi kerak. Hozirgi davrda eng oson va mijozga qulay bo'lgan xizmat ko'rsatish turidan biri, avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish. Avtomatlashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatishning mashhur turi sun'iy intellekt orqali amalga oshiriladi. Sun'iy intellektning mijozlarga foydasi — takomillashtirilgan nutq texnologiyalari orqali jonli agent bilan suhbatlashish hissi va mijozlarga o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish foydasi. Avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish shaxsiylashtirilgan xizmatni taqdim etish uchun o'zaro ta'sir orqali o'rganishi mumkin. Narsalar Interneti almashinuvi qurilmalar ichida osonlashadi, bizga ma'lumotlarni kerak bo'lganda, kerakli joyda uzatish imkonini beradi. Har bir gadget boshqa qurilmalar bilan aloqani saqlab turganda o'ziga kerakli ma'lumotlarni ushlaydi va bu ham apparat, ham dasturiy ta'minotdagi texnologiya yutuqlari orqali amalga oshiriladi. Avtomatlashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatishning yana bir shakli sensorli telefon bo'lib, u odatda asosiy menyuni va opsiya sifatida klaviaturadan foydalanishni o'z ichiga oladi.] Online xizmat ko'rsatish ham mijozga mutaxassis tomonidan to'g'ri tushuntirilsa tashkilot yoki firmalarga kelishning hamda navbat kutishning oldini olinadi. Firma yoki tashkilot tomonidan o'zining veb sayti mavjud bo'lsa, turli xil reklama orqali tovarga qiziqishi ortishi mumkin. Hamda ishonch telefonlari xushmomila operatorlar tomonidan, mijoz 24 soat ichida o'zining qiziqtirgan savollariga javob olishi mumkin. Mijozni ushlab qolishning asosiy sabablaridan biri-yaxshi hamda hushmomila kadrlarni to'play olish. Daromat ham hozirgi davrda tashkilot yoki firmaning xodimlariga chambarschan bog'liq Daromat yaxshi bo'lishi uchun xodimning ravon nutqi hamda mahsulotni yaxshi, qiziqarli qilib reklama qilib bera olishi asosiy vazifa hisoblanadi. Xodimni firma uchun yanada yaxshi ishlashi esa rahbar tomonidan rag'batlantirishga bo'g'liq.



Firma yoki tashkilot mijozlarga xizmat ko'rsatish uchun o'zining qat'iy o'rnatilgan standartlariga ega bo'lishi lozim. Va bu standartlar asosida o'z ish faoliyatini tashkil qilishi kerak. Asosiy standartlardan biri-xodimning hatti xarakterini qo'yish kerak. Xodim doimo mijozni ochiq chexra va tabassumda kutib olishi kerak. O'zini tanishtirib, salomlashishib bo'lib, mijozning ehtiyojini aniqlashi, yangi maxsulot hamda tashkilotdagi yangiliklar haqida xabardor qilish eng asosiy vazifa qilib belgilanishi tashkilot haqida yaxshi fikrga olib kelishiga sabab bo'luvchi omil hisoblanadi. Mijozlarga xizmat ko'rsatishning eng samarali strategiyalari biznes o'z mijozlarini qanday boshqarishga qaratilgan bo'lishi kerak bo'lgan strategiyalardir, masalan, har bir xodimni to'g'ri o'qitish zarurati.

Mijozlarning fikri mijozlarga xizmat ko'rsatishning har qanday eng samarali strategiyasining juda qimmatli qismi bo'lishi kerak, chunki mijozlarning har biri biznesga qanday munosabatda bo'lishini bilish paytida ularni yaxshi tomonga o'zgartirish mumkin, ular yoqtirmaydigan ba'zi narsalar va shuning uchun siz ularni brendingiz yoki xizmatlaringizga qiziqish uyg'otadigan turli jihatlarni targ'ib qilishingiz mumkin.

Mijozlarga xizmat ko'rsatish strategiyalari nafaqat mijozlarning Internetdagi sharhlaridan olingan ma'lumotlardan qanday foydalanilishini tahlil qiladi, balki mijozlarning fikrlari qanday olinishini ham ko'rib chiqadi.

Ba'zi kompaniyalar so'rov turlarini amalga oshiradilar, boshqalari esa ko'p hollarda eng samarali bo'lishi mumkin bo'lgan mijozlar bilan suhbatlashish usulini ko'rib chiqadilar

Bilasizmi, nima uchun kompaniyalarning 100% o'z byudjetining bir qismini va o'z iste'dodini o'z kompaniyasining korporativ profilini saqlab qolish uchun sarflaydi. Ijtimoiy tarmoqlar?, yaxshi javob Buning sababi shundaki, ular o'z mijozlari va kompaniya o'rtasida mavjud bo'lishi kerak bo'lgan zarur ikki tomonlama aloqani osonlashtirishni xohlashadi.

Raqamli aloqaning har qanday turi orqali aloqani boshqarish haqiqatan ham muhim va ular mijozlarga xizmat ko'rsatish strategiyalariga tayanadigan eng kuchli ustunlardan biri bo'lishi kerak. Barchaga ma'lumki, kompaniyaning turli sohalari yoki bo'limlaridagi mutaxassislarni doimo bir yoqadan bosh chiqarib, bir yo'nalishda harakat qilishlari uchun ravn ichki aloqa kaliti bo'lgan. Biroq, ko'pchilik kompaniyalar ustunlik qilishni yaxshi ko'radigan mijozlarga xizmat ko'rsatish strategiyalarining bir qismini ichki aloqa ham tashkil etishini hamma ham bilmaydi.

Endi siz hayron bo'lishingiz mumkin, nega? Oddiy, agar barcha mijozlarning talablarini kompaniyaning turli bo'limlariga yo'naltirib bo'lmasa, ularga to'g'ri munosabatda bo'lish mumkin bo'lsa, investitsiya qilishning foydasi kam bo'ladi:



- Vaqt
- Pul
- Iste'dod

Menejzlarni mijozlarga xizmat ko'rsatishni dunyodagi eng yuqori darajada ushlab turish uchun tayyorlashni takomillashtirishda.

Xizmat ko'rsatish sohasiga bag'ishlangan kompaniyalarning katta qismi juda aniq belgilangan parvarishlash tartib-qoidalariga ega emas, bu ko'p hollarda xizmatni rivojlantirishni juda qiyinlashtiradi, shu bilan birga e'tibor sifatini yomonlashtiradi. , yaxshi o'qitilgan har qanday hamkorning ushbu tartib-qoidalarini rivojlanishi va kompaniya uchun qiymat yaratishi mumkinligini aniqladi.


Siz har doim “Mijoz qirol” yoki “Mijoz har doim haq” degan mashhur iborani eshitishingiz mumkin, bu albatta xizmatlaringiz yoki mahsulotingiz ularning ehtiyojlariga javob bersa, amal qiladi, shuning uchun siz xizmatlaringizni sinab ko'rish va unga barcha qulay shart-sharoitlarni taqdim etish. Mijozlarning ko'p qismi o'z xizmatlaridan nimani olishni xohlashlarini juda aniq bilishadi, shuning uchun mijoz va xizmat o'rtasidagi qayta aloqa jarayoni juda muhim, chunki mijoz nihoyat o'z mahsuloti yoki xizmatlaridan foydalanadigan kishidir. Xizmatlarni ishlab chiqish jarayonida mijozning sizga muzokaralar bilan javob berishi odatda noqulay bo'ladi, eng to'g'risi siz muqobil variantlarni, shuningdek, echimlarni taklif qilsangiz, tinglash va keyin echimlarni berish afzalroqdir. Mijoz har doim texnologiyadan foydalanishni osonlik bilan qabul qiladi va kompaniyalar ushbu vositalarni chetga surib qo'ymasliklari kerak, shuning uchun veb-sahifaga ega bo'lish va turli xil ijtimoiy tarmoqlardan qanday foydalanishni bilish:

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- Instagram va boshqalar
- Mahsulotlar yoki xizmatlardan foydalanishning uzluksizligini yaratish

• Sizning barcha ijodingiz maksimal darajada sinovdan o'tkazilishi kerak bo'lgan ushbu strategiya bo'lsa, u sizning kompaniyangiz taklif qiladigan har bir xizmat o'rtasida aloqalarni yaratishdan iborat bo'lib, mijozlar ularni asta-sekin sotib olishlari va hatto ko'proq innovatsiyalar qilishlari mumkin. Shunday qilib, har doim bir xil, ularning ehtiyojlarini qondirish uchun keladigan yangi imkoniyatlarni topishi mumkin.

Samarali mijozlarga xizmat ko'rsatadigan kompaniyalarga misollar





Kuchli biznes qarashlari va mukammal mijozlarga xizmat ko'rsatish strategiyasiga ega bo'lish har qanday tashkilot muvaffaqiyatining muhim tarkibiy qismidir. Kompaniyalar o'zlarining har bir mijozni kimligini aniqlashlari kerak, shuningdek, ular nimani xohlashlarini va mijozlarning ushbu talablariga erishish strategiyalarida nimani ishlab chiqmoqchi ekanliklarini bilishlari kerak.

Shu tarzda, turli kompaniyalar buni amalga oshirishga muvaffaq bo'lishdi, masalan, biz mijozlarga yaxshi xizmat ko'rsatish misollari uchun quyida eslatib o'tmoqchimiz, ular orasida:

- Johnson elementlari
- Kofidis
- Tyco
- 1 va 1
- IKEA
- DHL
- ING to'g'ridan -to'g'ri

Manbalar:

1. Goebel. „Google Duplex's Conversational AI Shows a Path to Better Customer Service“. CMSWire.com. Simpler Media Group. Qaraldi: 2-iyun 2018-yil.
2. ↑ Tolentino, Jamie. „Enhancing customer engagement with interactive voice response“. The Next Web (20-aprel 2015-yil). Qaraldi: 17-may 2020-yil.
3. ↑ Solomon, Micah. „Seven Keys to Building Customer Loyalty--and Company Profits“. Fast Company (4-mart 2010-yil). Qaraldi: 29-oktabr 2012-yil.
4. ↑ Mandal, Pratap Chandra (2014). "Net promoter score: a conceptual analysis" (en). International Journal of Management Concepts and Philosophy 8 (4): 209. doi:10.1504/ijmcp.2014.066899.
5. ↑ „Lunch Lesson Four - Customer service“. BBC News (3-oktabr 2003-yil). Qaraldi: 27-oktabr 2008-yil.

