

الفصل الثامن

خدمة العملاء

ضحكت عندما قال لي أحدهم: «التجارة باستثناء الناس عظيمة». هذا صحيح. لكن لا تجارة بلا ناس. لذا فعملك هو تأمين أفضل خدمة للمستهلك.

الجميع يعلم أن استياء عميل واحد من الخدمة تجعله يُفشي الخبر لعشرة زبائن آخرين. بينما نادراً ما يُعلمك عميل مسرور عن الخدمة الجيدة. فمن أولوياتك جعل زبونك الجيد يُعمّم إيجابيات عملك على الجميع، وذلك من خلال خدمتك الممتازة له. وهذا سبب كاف لجعله يُزكّيك عند الآخرين.

هذا الكلام يبدو أسهل من الواقع. إذ إن تأمين الخدمة الممتازة للمستهلك يحتاج لوقت طويل وللمال الكثير والأكثر من الصبر. مما يعني أنه يتوجب عليك تقبل الأخبار الجيدة والسيئة منها. كما تعني تحمّل المسؤولية، والتأكد من عدم وجود أي خلل في العمل.

إن زوجي جو، الذي هو زبون جيد، يرفض التعامل مع ذوي الخدمة الرديئة والسلع الغير متقنة الصنع. ففي أسبوع نموذجي، ردّ زوجي هاتفاً نقلاً لمتجر - ستابلز - واسترد المبلغ المدفوع من الوكيل بالرغم من أن الموظف أشار إلى أن ذلك مستحيل بسبب عدم وجود علبة للهاتف. فأجاب جو: «إلاّ أني أملك الفاتورة وعليهم ردّ المبلغ».

وبعد عدة أيام استبدل زوجي زر كهربائي بلاستيكي مكسور بزر آخر من النحاس وذلك عبر البريد. فقد وجد زوجي أن عليه استعمال الكلام الجاد ذو النبرة العالية في هكذا أحوال وفي معظم الأوقات.

لذا يجب أن لا تنتظر حتى تسمع الشكاوى من الزبائن لكي تقدم الخدمة الجيدة. بل عليك إيجاد دبلوماسية تسويقية متقنة لخدمة المستهلك. وتلك تكون وسيلة لمزيد من الأعمال والطلبات الجديدة.

عليك يا صاحب العمل يقع العبء، وعليك بالحفاظ على إخلاصك بمعاملة زبائنك.

لا يكتمل الحديث في هذا الفصل عن خدمة المستهلك بدون ذكر - نوردستورم - شركة كاديلاك المختصة بخدمة المستهلك، إذ هي تملك دليلاً للموظفين، وهو عبارة عن بطاقة بحجم 5 × 8 إنشات رمادية اللون مدوّن عليها التالي:

إننا سعداء لانضمامك إلى شركتنا هدفنا الأول والرئيس وهو تأمين خدمة ممتازة لزبائننا. حدد كلاً من أهدافك المهنية والشخصية ذات المستوى العالي. لدينا الثقة الكاملة بقدرتك

على تنفيذ القانون رقم واحد. ليكون حكمك جيداً وبشتى الظروف لن يكون هناك قانون إضافي. أرجو منك التصرف بحرية تامة والسؤال عن أي أمر ترغب معرفته، وبأي وقت تشاء وذلك لمسؤول القسم، أو لمسؤول المحل أو حتى لرئيس الشركة.

إنه كتيّب جميل جداً إلا أن هذا يعني الالتزام الكامل بخدمة الزبون. . والعدول عنه مستحيل. إن كنت ترغب بمعرفة المزيد عن متجر - نوردستورم - وعن خدمته للزبائن، عليك قراءة كتاب (طرق نوردستورم) لصاحبها - روبرت سبكتورد وباتريك ماك كارثي.

عندما سألت مساعدتي السابقة - ميمي شولتز - عن أفضل شركة تؤمن خدمة المستهلك بالنسبة لها أجابت - مندسبرينك - وهي شركة جديدة تعمل بواسطة الهاتف. وأخبرتني بأنها معجبة بطريقتهم. إذ إنهم يقدمون حسمًا بقيمة عشرة دولارات في الشهر في حال تزييتهم لدى زبائن جدد. وقد جعلت مساعدتي العديد من زميلاتها وعدد آخر من اللواتي يقطن معها في المسكن وحتى أنا ننضم لهذه الشركة.

هذا الفصل يتضمن كيفية الحفاظ على المستهلك، وما هي فكرتهم عن تجارتك. وستتعلم كيف تستفيد من «خفايا المتسوّق» وكيف ترسل منتوجاتك وخدماتك لغاية المستهلك، سواء إلى المنزل أو مكان العمل. فهذا يزيد من نسبة المبيع لديك.

كما أن هناك مركز جديد لتعليمك كيفية ترويج البضاعة.

من الصعب أن تكون مسروراً وصبوراً في بعض الأيام.
ولكن تذكر أن تضع خدمة الناس في المرتبة الأولى وبذلك
يزهو العمل.

اخضع لامتحان «خدمة المستهلك»

اخضع لهذا الامتحان لتعلم كيفية خدمة المستهلك .
يجب أن تعامل الزبائن كما تُحب أن تُعامل .

فكرة

179

عظيمة

1 - هل تعلم من هم زبائنك وعن رداً فعلهم؟
وعن تقلبات اختياراتهم؟ إن لم تكن متأكداً، فابتدع نظاماً
معلوماتياً يُفيدك عن اهتماماتهم، وعاداتهم ورغباتهم وحتى عن
أعمالهم. وتأكد من صلاحية هذه المعلومات.

2 - في حال أراد الزبون ردّ البضاعة التي اشتراها، هل يُعامل
كما عُمِّلَ عندما تقدم لشرائها؟ وكيف تتعامل مع
الشكاوى؟ كن لطيفاً ومهذباً مع المستهلك عندما يحاول
إعادة ما اشتراه مثلما كنت عندما حضر لشرائه. وتعامل مع
الشكاوى كطريقة لتحسين تجارتك وليصبح لديك إرادة
جيدة.

3 - هل ترد على الاتصالات الهاتفية فوراً وفي ذات اليوم؟ هل
يتذمر المستهلك من انشغالك وانشغال خط الهاتف على
الدوام؟ إن الزبون يتوقع الجواب السريع. والرد على أسئلته
في نفس اليوم. عند اتصال الزبون لا يجب أن يجد الخط
مشغولاً. إن استبدال الموظف بصوت آلي مسجل غير
محبذ.

4 - إذا تضمّنت بضاعتك بوليصة تأمين . فهل تحترم التزامك بها؟ عندما يجد المستهلك الكثير من الثغرات في البوليصة ، فستُعتبر أنت غير جدير بالثقة . عليك الالتزام بعقودك بجميع الحالات . فإن - شركة نوردستورم - تُعيد أي سلع دون أي سؤال .

5 - هل أن العاملين لديك يعلمون كيف يقدمون الخدمات الجيدة لزبائنك؟ تأكد أن كلّ موظفٍ لديك يعلم كيفية تقديم الخدمات . تابع عملهم وقدم لهم المكافآت .

استخدم المتبضع السري

فكرة
180
عظيمة

تعتاش كارول تشري من التبضع . إلا أنك لا تلمحها وهي تبحث عن هدية . قالت تشري - وهي مالكة ورئيسة شركة أتلنتا المرتكزة على التفحص والتبضع - «إنني أكره التبضع ، ولا أتذكر آخر مرّة كنت فيها في متجر» . إن شركتها تُعتبر إحدى أكبر الشركات المحلية للتسوّق السري . فإن التجار يستخدمون شركتها لضبط العاملين لديهم ولتكشف ما إذا كانت خدمتهم للزبائن جيدة .

أسست تشري هذه الشركة سنة 1974 . وأصبح لديها اليوم ما يقارب الخمسين ألف وكيل حرّ داخل الولايات المتحدة وخارجها . حيث يقومون بزيارة المطاعم ، والمحلات التجارية ، ومحطات البنزين ، وأروقة البولنغ . وكل مكان يتبضع الناس فيها . ويتناولون الطعام وحتى لعب البولنغ . قالت تشري : «هذه الشركة تساعد الشركات الصغيرة ، وخاصة تلك التي تملك

موقعين تجاريين ولعدم تواجد المالك في كلا الموقعين في ذات الوقت. إذ إن قائمة وكيلها تعتمد على مبدأ (من هو) في التجارة الأمريكية. (حيث إن الوكيل يقدم بثقة كل الأسماء وبلا تحديد).

تقول تشري «بدأ العمل بكد وبمثابرة منذ سنوات عدة. وتساعد تاجر المفروق على معرفة سبب عدم بيع بعض السلع. واعتمد بعض أصحاب المتاجر على استخدام موكلين من الخارج للتأكد من أن موظفيهم لا يسرقون. وتقول تشري: «إن المتبضعين الذين يدعون الثقة والأمانة لا يطالهم القانون في بعض الولايات بأمريكا. إلا إذا تولّى هذه القضية بعض المحققين المرخصين لهم العمل فيها.

وهؤلاء هم عادة من عامة الشعب ويتميزون بشدة ملاحظاتهم. كما أنهم يحبون التعامل مع الناس. ويتقاضون أجورهم عند انتهاء كل مهمة يقدمون خلالها التقارير عن أدق التفاصيل المطلوبة منهم مباشرة بعد كل زيارة. كما يدونون كيفية استقبال البائعين لهم. ويتفحصون كيفية عرض السلع. وكيف يرّد الموظف على الأسئلة الموجهة إليه وعن طريقة الموظف في إعطاء المعلومات عن أي عرض مقدّم أو شرح خدمات الشركة بطريقة صحيحة.

فالمُدقّق المُرخّص له أو ما يُدعى بالمتسوّق السريّ الجيّد يمضي الوقت في تعلّم الأمور الخاصة بشركتك، وكيف تتوقع أن يتصرف الموظف لديك. وهذا هو هدف العمل. يمضي

هؤلاء المتسوّقون السريّون أوقاتهم في العمل بهدف التسلية أكثر من هدف الحصول على المال. فقد يتقاضى المتبضع السريّ مثلاً، مبلغاً قدره عشرة أو عشرين دولاراً في الليلة مقابل إحدى مهماته.

فالعديد من المتخصصون بهذا المجال، وعلى سبيل المثال، مليندا برودي وزميلتها أرلندو في ولاية فلوريدا. يركّزون في عملهم هذا على الشركات السياحية ومكاتب السفر والمكاتب العقارية.

وتعمل برودي كسمسارة لتأجير الشقق للمتدربين، ولديها المعرفة التامة بتجارة العقارات، وهي تُعطي الاهتمام الشديد لهذا العمل. بينما تعمل زميلتها مارلين بلان في حسابات الفنادق.

إحدى اختصاصات الشركة هي مراقبة البائعين في تلك المكاتب العقارية. وأن لتجار العقارات الحق بتسجيل الحوار بين البائع والمشتري. حيث أن البائع لا يعلم ما إذا كان الزبون هو فعلاً زبون حقيقي أو عميل لدى فريق عمل شركة برودي. خلال العمل في سلسلة الفنادق والمنتوجات الصحية بفلوريدا، يعتمد فريق برودي على خمسمئة وكيل حرّ ضمن الولاية.

كانت العشر سنوات الماضية جيّدة لهذه الشركة، إلاّ أن سنة 1997 بلغت مبيعات تلك الشركة ما يقارب المليون دولار أمريكي.

في معظم المدن، توجد أسماء هؤلاء المتسوقين السريين في الصفحات الصفراء تحت عنوان «خدمة المتبضع».

لا تغضب زبائنك

جورج كون هو أحد أذكى التجار الذين أعرفهم وهو بالمناسبة يكون جدّي. الذي تقاعد بعد فترة عمل طويلة بلغت ستة وستين عاماً في التجارة الحرة. بدأ - كون - العمل كتاجر ألْبسة بالمفرق في سن المراهقة وعمل في القسم الجنوبي الشرقي لمدينة نيويورك. كانت أناقته كأناقة الممثلين (أناقة صارخة). ثم أصبح مسؤولاً في أحد المتاجر. وأخيراً عمل كنائب رئيس للعلاقات العامة في أهم سلسلة تجارية للملبوسات الرجالية.

بعد تقاعده، انتقل إلى شمالي ميامي، وعمل في بيع الألبسة الرياضية الأنيقة في متجرٍ صغيرٍ ضمن مجمّعه السكني. وعندما بلغ اثنين وتسعين عاماً من العمر، كان لا يزال من أفضل العاملين في هذه المهنة. إذ أنه قدّم أفكاره العظيمة المرتكزة على تجاربه إلى الألوف من الزبائن. «مهما تفعل، فلا تُغضب زبائنك». هذا كلام سهل. إلا أن هناك الكثير من الأمور التي تُزعج الزبون خصوصاً في التجارة الحرة. فمثلاً، إن جعلت المشتري ينتظر طويلاً وأنت تبحث عن مقاسه، أو أن تحصل على الموافقة من صاحب العمل حول صلاحية بطاقته الائتمانية، حينئذ يغدو قليل الصبر. وإن كان البائع متمرداً أو مملاً أو حتى غير مكترث، سيستاء المشتري منه. ولكن لا

فكرة

181

عظيمة

شيء يستاء منه الزبون أكثر من استيائه من الانتظار حتى يُنهى
البائع حديثه مع زميل له، أو انتظاره له وهو يفشي أسرار له لآخر
على الهاتف.

إن المشتري هو كنز من ذهب بالنسبة للتاجر. فإن فعلت
أمراً مزعجاً قد ينصرف الشاري إلى متجر آخر ولا يعود أبداً.

يجب أن يكون هدفك إرضاء المتسوق وجعل وقته الذي
يمضيه بالتسوق شيئاً.

مع وجود خيارات عديدة للبيع بالمفرق، والتي تتضمن
البيع من خلال البريد أو التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت
الدولية، عليك أن تقدّم كل إمكانياتك لجعل الزبائن يعودون
إليك. وأن تكون رهن إشارتهم.

اجر اتصالات منزلية

في هذا العالم التكنولوجي المتطور وباستمرار
وبنشاط، فإن الخدمات الشخصية الصغيرة تؤثر
كثيراً ويدوم مفعولها لوقت طويل. إن زيارتك
المنزلية لعملائك تقدّم لشركتك مميّزات تساعد على منافسة
غيرها من الشركات. كانت ماري هايوب وزوجها توم يتاجرون
في تأمين المحاصيل الغذائية في الغرب الأوسط. أمّا ناديا والتي
تعمل كمصمّمة أزياء في - بالي في أندونيسيا - فقد كانت تقوم
بزيارات لزبائنهن في أجنحة الفنادق في جميع أنحاء الولايات
الأمريكية. وكذلك كان اتحاد المصارف الدولي الأول في

ميريلاند، يقوم بإرسال مديره لفتح حسابات وفروع جديدة في مراكز المتقاعدين. كما أن خياطو كل من مؤسستي London & Townsend ومركزها تورتون يزورون رجال الأعمال الأثريين في مراكز أعمالهم ومنازلهم.

على الرغم من أن الجميع يبيعون المنتجات المختلفة، إلا أنهم جميعاً ينسبون الكثير من نجاحهم إلى كيفية تأمين احتياجات الزبائن العاملين في مزارعهم. إن ماري هايوب والتي تعمل كمسؤولة مكتب وكمحاسبة لوكالة التأمين ProCrop ومساوئ المحاصيل الغذائية - تقول: «إن خمساً وتسعين بالمئة من زبائننا هم أولئك الذين يعملون في مزارعهم في أنحاء الولاية». ولأن شركة تأمين المزارعات تُنظَّم كلياً من قِبَل المجلس البلدي الفدرالي لحماية المزارعات، فإن الحكومة هي التي تحدد أسعار المنتجات. مما يعني أن الطريقة الوحيدة لكي تجعل مؤسسة هايوب تقف في مواجهتهم هي في عملها على تقديم الخدمة الممتازة. فإنها تُدرك احتياجات زبائنهم وتعمل بجد على إرضائهم ولخدمتهم في مزارعهم الخاصة عبر أنحاء إنديانا وأوهايو الغربية.

إن إرضاء الزبائن هو اهتمام ناديا الأول. فهي في الأصل من شيكاغو. كما أنها مصممة أزياء مشهورة وقد وقعت بحب رجل يدعى بالي خلال إجازتها التي أمضتها في شيكاغو سنة 1978. وفي سنة 1980 بدأت ناديا بتوظيف الفنيين والمتخصصين في الحياكة لتصميم وابتكار أزيائها الخاصة والغريبة المصنوعة

من قماش القطن الناعم والمشغول باليد والمطبوع على الطريقة الباتيكية، والتي تعتمد على صبغ الأقمشة وإضافة طبقة رقيقة من الشمع عليها.

تقول ناديا خلال زيارتها لمدينة نيويورك سنة 1977 بأن لديها مئة وعشرين عاملاً يعملون في مركزين لديها، ويتقاضون معاشات سنوية تزيد عن المليون دولاراً أمريكياً.

أمضت ناديا حوالي ستة أشهر في ابتكار خطوط جديدة لملابسها وكان هذا بمثابة خطوة أولى على طريق نجاحها الأكبر. إذ إنها روّجت إنتاجها عبر أنحاء أمريكا وساهمت في المحافظة على انخفاض النفقات العامة للشركة. وذلك من خلال تأسيس متاجر صغيرة في أجنحة الفنادق في كلٍّ من لوس أنجلوس وواشنطن العاصمة، وسان فرانسيسكو، وفي بوسطن، كما في إيرفن بكاليفورنيا. هذا وإن مبيعاتها بأسعار مخفضة هي أكثر من تلك التي يشهدها السوق في مواسم محددة.

تقدم ناديا في محلاتها المياه الفوّارة، والفاكهة، والأجبان والكعك. كما أن عارضاتها يتجولن لعرض أزيائها في أروقة الفنادق لخدمة زبائنها. وهناك من يساعدن في تلبيتهن على اختيار ما يناسبهن. ولمزيدٍ من المعلومات عليك الاتصال بناديا عبر شبكة الإنترنت الخاص بها وهو www.Nadya.com.

إلاً أن خدمات المصارف ليست جذابة كأزياء بالينز. لكن مدراء المصارف الأذكياء، يرسلون موظفيهم لمؤسسات العجزة

لتقديم الخدمات لزبائنهم المسنين . إن فرع التسهيلات في - آيدن وولد - للمتقاعدين الموجود في ميريلاند هو مكان يحتوي على مئة وسبعين صندوق للأمانات .

قال جيم بووي - نائب رئيس رابطة دار المسنين الأمريكية - لمجلة واشنطن التجارية : «إن المسنين هم الزبائن الأكثر جذباً لمدراء المصارف لعدة أسباب :

- لديهم مدخول ثابت، وعليهم الحفاظ على مستوى محدد من المعيشة للبقاء في مركز المتقاعدين .
- إنهم مصدر جيد للإيداعات، وعادة هم زبائن أوفياء .
- وأخيراً، إن كنت ترغب في الحصول على بذلة إنكليزية جيدة الصنع تصل لغاية منزلك، عليك فقط الاتصال بشركة - نورتن وتاون سند - في لندن، فإن الخياطين العاملين لديها يقصدون رجال الأعمال في منازلهم وأيضاً في مكاتبهم في جميع أنحاء لندن ومنهاتن .
- لذا ففكر بإيجاد وسائل جديدة لتوسيع مؤسستك من خلال خدمة المستهلك في منزله أو مكتبه .

ضع في اعتبارك النجاح الكبير والهائل لشركة - آيفون - إذ أنهم يرسلون مندوبيهم، بواسطة القوارب الصغيرة عبر نهر الآمازون لتقديم وإيصال أي نوع من الخدمات . وهذه هي الطريقة الفعالة والمثالية للاتصال بأكبر عدد ممكن من الزبائن .

إن الذين يعتمدون توفير الخدمات إلى المنازل هم قلة . لذا حاول أن تجرّب هذه الطريقة في مؤسستك .

إرسال الموظفين لمراكز تدريب البيع بالتجزئة

كشفت مؤخراً عدة دراسات مستقلة عن ضرورة استخدام عمال ماهرين يساعدون على زيادة رأسمال المؤسسة الصغيرة.

فكرة

183

عظيمة

تحاول الآن عدة مصانع التي تباع لقطاع تجار التجزئة إيجاد حلول في هذا المجال لكي يُسرَّ المستهلك الذي ينتظر البائع الذي لا يملك خبرة في هذا المجال.

لقد افتتحت الدولة سنة 1997 أول مركز للمهارات للبيع بالمفرق King of Prussia كينك أوف بروسيا، قرب فيلادلفيا. بالإضافة إلى ذلك تكفّل الاتحاد الفيدرالي للبيع بالمفرق مع - أمريكيان اكسبرس وشركة كرانكو - مع مطوّري المجتمعات والكومنولث في بنسلفانيا مادياً بإنشاء وإعطاء برامج تدريبية في هذا المجال.

«لقد سمعت مراراً وتكراراً من أصحاب العمل عن عدم إيجادهم للعمال الماهرين الذين يساعدون على ازدهار العمل».

هذا ما قاله حاكم بنسلفانيا - توم ريديج - لأعضاء الاتحاد الفيدرالي للبيع بالمفرق ويضيف «هذه المشاركة الفريدة من نوعها مفقودة في مجمّع King of Prussia. وعلى الذين يرغبون في تعلّم المهارات أن يسعوا للعمل، فهذه البرامج تقدم يد المساعدة لهم».

فالموظفون يتقدمون لهذه المراكز لتعلّم القواعد الأساسية

في خدمة المستهلك وعن كيفية المبيع بالمفرق بالإضافة إلى أمور أخرى. قال رؤساء الاتحاد الفيدرالي إن المركز قد صُمم خصيصاً لمساعد البائعين المبتدئين ذوي الخبرات المحدودة ولأولئك الذين يستخدمون العمال عديمي الخبرة وذوي الكلفة الأقل.

إن نجاح المركز يساعد في خدمة الدولة على نطاق واسع. ولمزيد من المعلومات اتصل بالاتحاد الفيدرالي للبيع بالمفرق على الرقم 7971 - 783 (202).

اطلب الخدمة الجيدة من البائعين.

عند لقائي في العاصمة واشنطن مع ديفيد غامبرد الكاتب والصحافي والمسؤول في Website Wizard، فقد اقترح عليّ فكرة عظيمة وهي الاحتفال بأسبوع المؤسسات الصغيرة وذلك بعد اجتماعنا في واشنطن.

فعند مفاوضاته مع الممولين والبائعين الذين يرغبون بالتعامل معه، نجده لا يكثر بالحديث عن الأسعار. بل على العكس، كان يقول: «سأدفع أفضل الأسعار إن وعدتم بإعطائي أفضل الخدمات». ومن الواضح فإنه يريد أن تُجاب جميع اتصالاته في الحال. وأن تؤمّن طلباته في الوقت المحدد. وحل المشاكل فور حدوثها.

يقول إن هذا الاتصال المباشر له فعالية جيدة في العمل.

وأن الناس يقدرون عدم الغش في الأسعار. ويسرّون عند الحصول على الخدمة الممتازة. لذلك فإنه مستعد لدفع مبلغ كبير في حال عُومِلَ معاملة جيّدة.

هذا شبيه بما يحصل عند حاجتك للحصول على الدعم التقني من بائعي الخردوات المعدنية وأنظمة التشغيل، حيث أنك تمضي النهار كله في انتظار الرد من قبل الفريق العامل لديهم أو دفع مبلغ يتراوح قدره بين عشرين أو ثلاثين دولاراً أمريكياً للتحدث مع الشخص المناسب لحل فوري لمشكلتك.

تعرّف على زبائنك شخصياً.

إحدى فضائل امتلاك المؤسسات الصغيرة هو القدرة على معرفة الزبائن، والممولين، والبائعين لديك. فعند مقابلاتك مع الناس، عليك تدوين ملاحظاتك الشخصية خلف بطاقتهم التجارية. اسأل عن تاريخ ولادتهم، وعدد أفراد أسرهم، وعن الحيوانات الأليفة المفضلة لديهم، وعن عضويتهم في النوادي. فجميعنا نحب التعامل مع من يعاملنا بطريقة حسنة ومع من يهتم بما نقوله أو نفعله.

عند معرفتك تاريخ ميلاد أحد الزبائن لديك، ارسل لهم بطاقة معايدة، فهي أجمل وأرخص طريقة لتبقيك على الاتصال بهم.

ما هي الطريقة الفضلى لإنشاء علاقة شخصية غير الإخلاص؟

إن الزبائن يرغبون بالتعامل مع العملاء الأوفياء . فقليل من المجهود يؤمن العقود الطويلة الأمد . لتكن الملاحظات التي تُرسلها لزبائنك مدونة بخط يدك شخصياً . فأكثرية الناس الناجحين والمهمين يعتمدون هذا الأسلوب ، إذ إنه يعطي انطباعاً إيجابياً هائلاً .

كان أحد أصدقائي الأكثر انشغالاً - وهو أحد أهم رجال الأعمال في البلد - يُرسل لي رسائل صغيرة عبارة عن سطر أو سطرين على الأقل مرّة في كل شهر . وكانت رسائله هذه تُسعدني وتعني الكثير . وكنت أُرّد عليها فوراً برسالة وبخط اليد أيضاً . لذلك خذ الوقت لاتصالاتك الشخصية . فإنها تستحق ذلك المجهود .

غلف سلعك

من أجمل الأشياء التي تستطيع فعلها لزبائنك ولمؤسستك هي إرسال السلع المغلفة بطريقة جميلة لمنازلهم . هذه الطريقة توفر للمستهلك المال والوقت . فالغلاف الجميل البراق هو أذكى وأقل كلفة وأكثر الدعايات تأثيراً في مجال التسويق بالمتفرق .

ومثال ذلك إمضاء تيفاني على صندوقه التركوازي اللون الذي يُعبّر عن شعوره الودّي والذي أعطى قيمة معنوية تطوّرت عبر السنين .

مثال آخر ، إن أحد أفضل المتاجر عندي هو - فليسيمو -

فكرة

186

عظيمة

الذي تديره سيدة أنيقة يابانية الأصل في الحي الغربي رقم 56 في منهاتن. ومتجرها متميز بمسحة أنيقة وهي حجارتها البنية الجميلة، وهو يحتوي على مجوهرات وملابس فريدة من نوعها. وكذلك الهدايا للمنازل والحدائق والحمامات بالإضافة إلى السلع الرائعة. إلا أن ما هو مهم أن هذا المتجر متميز ومشهور بأسلوبه في تغليف الهدايا والتي تتم بطريقة مميزة وأنيقة.