

إدارة الحسابات من التفضيل إلى الثقة



تحدد شركات كثيرة أهداف إدارة الحسابات بطرق مختلفة. فقد يريد البعض وجود مشرفين لتولي تصريف الأمور، فيما يبدي الآخرون رغبة في أن يتولوا زمام الأمور في قسم الحسابات بجعلها قادرة على تجريد الزبون من الحاجة إلى دعوة جهة منافسة.

ومن أجل بناء الثقة بين شركة وأخرى عليك جعل أول من اختاروك يشعرون بالرضى لقيامهم بذلك. فإذا أفرطت في تقديم الوعود أو أنقصت من الإنجاز - فإنك بذلك تجعل من العمل المتكرر - حيث تكمن الفرصة - معركة عسيرة. وينتهي بك المطاف مع قاعدة زبائية مكوّنة إلى حد بعيد من الناس التعساء.

فالغرض من إدارة الحسابات هو بناء الثقة بين شركة وأخرى؛ والمنفذ لذلك هو الأداء والجودة في أول عملية بيع تتم. فإن لم تتمكن من تجاوز ما هو متوقع منك في عملية البيع الأولى، تكون قد غرست في ذهن الزبون الشعور بإمكانية استعادة الأعمال في المستقبل.

فما عليك القيام به في أول عمل تؤديه، هو ضمان تجاوزه حدود التسليم والتجهيز والأداء - كما يتعين عليك العمل على توثيق القيمة التي لديك. فالزبون لا يقوم بذلك على الدوام. فإن شئت الانطلاق من التناغم باتجاه التفضيل وحتى الثقة، عليك العمل على توثيق وإعلان ما قمت به من أجل الزبون، مبيناً لماذا يشكل قرار اختيارك أو الحفاظ عليك قراراً صائباً. فيندر أن يبذل الزبون جهداً كبيراً لتقييم ناقص لهذه المطالبات إذا كانت معقولة، مع العلم بأنها تزود مناصريك بدخائر قتالية.

فإن تمكنت من بناء الثقة مع الأقوياء من أفراد منطمتك، أمكنك عندئذ استلاف تلك الثقة للوصول إلى أشخاص آخرين تود الإلتقاء بهم. ويدعى هذا بالرعاية مما يتيح لك المجال للتألق بنجاح أمام باقي

أعضاء المنظمة أو المجال الصناعي. وتمثل الخطوة الأخيرة لعملية التنفيذ في سؤال الجهة الراعية لك بشكل تطلعي أو استشرافي عن الجهة الأخرى التي يمكنك عمل ذلك من أجلها داخل الشركة أو داخل المجال الصناعي أو في الشبكة. ومن ثمّ عليك بالطلب من هؤلاء الناس أن يقدموا لك المساعدة للتمكن من بلوغ الأشخاص الذين تود اللقاء بهم.

يتم تحديد الجودة استناداً إلى توقعات الزبون. فمهمة مسؤول المبيعات هي وضع هذه التوقعات في مرتبة عالية بشكل كاف للحصول على العمل على أن لا يحول علوها الزائد عن تمكّنك من التنفيذ.

فكلّ طلات النوافذ معرضة للارتشاح أو لتسريب الماء. وكذلك الطلة الخاصة بك والأخرى الخاصة بشخص آخر.

ويقول أحد مسؤولي المبيعات للزبون: "إنّ الطلات التي لدينا لا ترشح على الإطلاق".

ويقدم مسؤول مبيعات آخر قطعة طبشور للزبونة قائلاً لها: "حين تحدث حالة الارتشاح الأولى، ضعي دائرة بالطبشور حول مكان الارتشاح، ثمّ قومي بتوجيه نداء لنا لكي نقوم بتصويب هذا الوضع".

قد يحقق مسؤولا المبيعات معاً عملية البيع لكن من هو مسؤول المبيعات الذي سيخرج بزبائن غير راضين؟

وإذا ادعى منافسوك بأنّ طلاتهم لا ترشح فقد يفوزون بالعمل في بادئ الأمر، لكنهم سيخسرونه في المرة الثانية. وحين تحدث عملية الارتشاح الأولى، سرعان ما يخسرون ثقة الزبون بهم إلى الأبد. فقد يحققون ربحاً مرة واحدة لكنهم سيعجزون عن جعل الربح عادة من عاداتهم. وذلك الزبون الذي لا يشعر بالرضى سيكون بمثابة المرجع الصوتي السلبي. ▶

المصدر: كتاب ليكن الربح شعارك