

MENTOR – KORISNIČKI SERVIS



Monetarna vrednost vašeg klijenta

Ako gubite samo jednog klijenta dnevno zbog lošeg korisničkog servisa koliki je to gubitak za kompaniju godišnje? Koliko vremena, napora i novca će morati da bude utrošeno u proces marketinga i prodaje da bi se povratilo izgubljeno? Koliki uticaj će imati negativne priče koje će ovi izgubljeni korisnici ispričati na tržištu?

- ✓ **Vežba: Utvrđivanje monetarne vrednosti klijenata i gubitaka zbog grešaka u servisu**

„Postoji samo jedan gazda: Korisnik. I on može da otpusti svakoga u kompaniji, od predsednika do domara, tako što će jednostavno svoj novac potrošiti na nekom drugom mestu.“

Sem Volton, osnivač Wal Mart-a

Kada vam ovo kaže Sam Volton, čovek koji je od male radnjice za mešovitu robu u državi Arkanzas napravio najveću kompaniju na svetu čija je tržišna vrednost krajem 2003. iznosila preko 400 milijardi \$, sa 1,4 milona zaposlenih i sa 4.700 tržnih super centara širom sveta onda morate da se zamislite o važnosti ove izjave.

Na početku svoje karijere Sem Volton je otvorio mali super market i saopštio gornju rečenicu svojim zaposlenima. Potom je izvrnuo svoje prazne džepove i rekao: **Ja nemam više ni dolara za vaše plate. u džepovima naših kupaca, oni donos enaše plate svakog dana. Od njihvoog zadovoljstva zavisi njihova lojalnost.**

MONETARNA VREDNOST KLIJENTA

Onda im je napravio računicu monetarne vrednosti jednog klijenta koja je igledala ovako:

1 klijent kupuje nedeljno za 100\$ u marketu. Godišnje će kupovati 50 nedelja jer dve ide na odmor.

- ✓ $50 \text{ nedelja} \times 100\$ = 5.000\$$

Prosek za život u nekoj oblasti u Americi je oko 10 godina.

- ✓ $10 \times 5.000\$ = 50.000\$$

50.000\$ JE MONETARNA VREDNOST JEDNOG KLIJENTA! Hoću da ovu sumu istetovirate na čelu svakog kupca koji ulazi u naš market jer toliko on nama vredi. Tu u toj sumi se nalaze vaše plate u narednih deset godina, vaše letovanja sa proodicom, školovanja vaše dece, lečenje, zabava, sve. Hoću da se setite te sume u trenutku kada besni kupac bude reklamirao pokavreno mleko od 2\$ i da mu uz veliko izvinjenje date dva mleka besplatno i obećate da se takav propust neće ponoviti.

- **Da li znate kolika je monetarna vrednost vaših klijenata u ovoj i u godinama koje dolaze?**

VEŽBANJE - VREDNOST KORISNIKA

Kolika je vrednost jednoga korisnika? Uzmite nekoliko segmenta vašeg posla, pravna i fizička lica, male i velike polise. Probajte da odredite najpribližnji godišnji prihod od prosečnog korisnika u tom segmentu?

A. prosečan godišnji prihod EUR-----

B. prihod ukoliko ostane vaš korisnik 5 god. EUR-----

C. prihod ukoliko ostane vaš korisnik 10 god. EUR-----

Savet: Ovo je suma koju treba da vidite istetoviranu na čelu svakog korisnika svaki put kada ste sa njima u kontaktu.

Zamislite da gubite samo jednog korisnika zbog lošeg servisa i nezadovoljstva korisnika, koje niste uočili i ispravili vrhunskim servisom, svaki dan godinu dana.

To je gubitak od 365 korisnika godišnje. Pomnožite 365 sa brojkama koje imate gore.

365 korisnika x kolona A = ----- gubitak prihoda za 1 god.

365 korisnika x kolona B = ----- gubitak prihoda za 5 god.

365 korisnika x kolona C = ----- gubitak prihoda za 10 god.

Koliko vremena, napora i novca će morati da bude utrošeno u proces marketinga i prodaje da bi se povratilo izgubljeno? Koliki uticaj će imati negativne priče o vašoj osiguravajućoj kući koje će ovi izgubljeni korisnici ispričati na tržištu naročito u manjim sredinama? Postaje očigledno da samo jedan korisnik predstavlja značajnu sumu prihoda koji ne biste želeli da vidite da odlazi na drugo mesto.

UVEK BUDITE SVESNI MONETARNE VREDNOSTI SVOJIH KLIJENATA!



ZAŠTO:

- ✓ **Bukvalno je tačno da najbolje i najbrže uspevate pomažući drugima da uspeju.**

Napoleon Hill

Ovo je jedna od najlepših istina ljudskog života jer čovek je socijalno biće koje jedino može da živi i razvija se u zajednici sa drugim ljudima. Da li se dobro osećate kada nekom klijentu savršeno obavite posao i on ode zadovoljan? A da li se dobro osećate kada se klijent žali na vašu uslugu i protestuje protiv vas i vaše kompanije? Zadovoljstvo je zarazna stvar i prenosi se sa čoveka na čoveka. Ako hoćete da se dobro osećate na svom poslu neprestano činite ljude zadovoljnim vašom uslugom i bićete i vi stalno zadovoljni.

Na koji način vi pomažete vašim klijentima da dobiju to što im treba, to što će im unaprediti život, učiniti ih zadovoljnijim, srećnijim, zdravijim...