

ŞİRKETİNİZDEKİ YENİ YÖNETİCİNİZ : MÜŞTERİNİZ

“Müşteri Velinimetimizdir”

çocukluğumuzdaki bakkal dükkanlarının duvarlarını süsleyen bu cümleyi modern işletmelerde artık pek göremiyoruz. Onun yerini “Satılan mal geri alınmaz” ibareleri ve “Veresiye Satan Tüccarın Perişan Hali” ni gösteren resimler almış durumda.

Bugün geldiğimiz noktada ise tekrar eskiye dönüşü yaşıyoruz. Sanayi toplumundan sanayi ötesi – bilgi – bilgi ötesi topluma geçişimizde müşteri tekrar eski tahtına kavuştu. Sebebi ise gayet basit : Hangi iş kolunda sektörde olursanız olun (devlet sektörü de dahil) şirketlerin, organizasyonların hayatta kalma yarışı atbaşı gidiyor. Artık teknolojiye, sermaye desteğine, kaliteli iş gücüne herkes biraz gayretle ulaşabiliyor. Bütün dünyada yaşanan globalleşme süreci, sermaye hareketlerinin kolaylaşması ve artması şirketleri şimdiye kadar pek de üzerinde kafa yormadıkları bir alana itti : MÜŞTERİLER. Müşteri tekrar velinimetimiz oldu. Yani şirketimizin hayatta kalmasını sağlayacak ve ekmeğimizi sağlayan unsur olarak benimsendi.

Başarılı Organizasyonlar

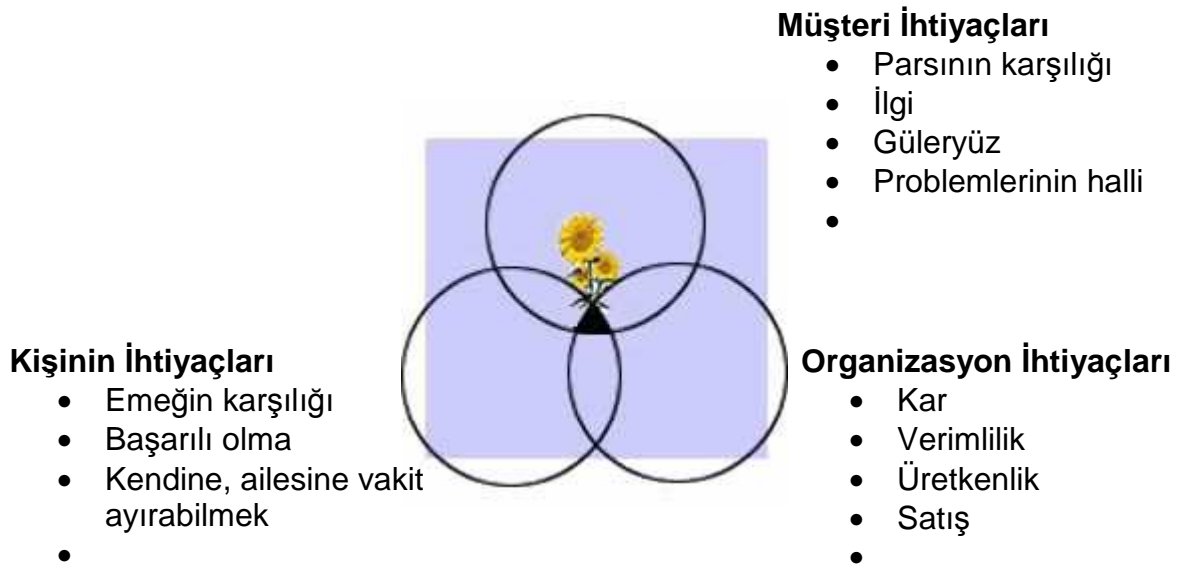
Başarılı organizasyonlar neleri iyi yapıyorlar diye baktığımızda karşımıza ilk çıkan unsur müşteri odaklılığı. Başarılı girişimciler üzerinde yapılan araştırmalar¹ hepsindeki ortak noktalardan birinin müşterileri ve ürünleri ile aşk derecesine varan bir sevgi alış verişinde oldukları. Çoğunun kişisel misyonunun müşterileri için bir değer yaratmak olduğunu söyleyebiliriz. Walt Disney’in şu sözü anlatmak istediğini özetliyor : “Benim amacım insanları eğlendirmek. Bu şekilde ben de mutlu oluyorum” Ben de demir-çelik ticareti yaparken tanıdığım Kibar Holding sahibi Sn Asım Kibar’ın onca işinin arasında Kayseri’den gelen eski bir müşterisine vaktini ayırıp 50 ton galvanizli sac alım-satımı için büyük bir keyif ile pazarlık yaptığını hatırladım. Bu müşteri ilgisi ve odaklılığı başarılı girişimcileri hep daha da ileri, güçlü noktalara götürmüştür. Mevcut müşterilerini memnun etmek ve yeni müşteriler bularak onları da şirketimizle uzun vadeli iş yapmaya ikna etmek tüm organizasyonların öncelikli hedefi haline geldi. Bunu yapabilenler ayakta kalacak.

Müşteri İçin Ne Yapabiliriz?

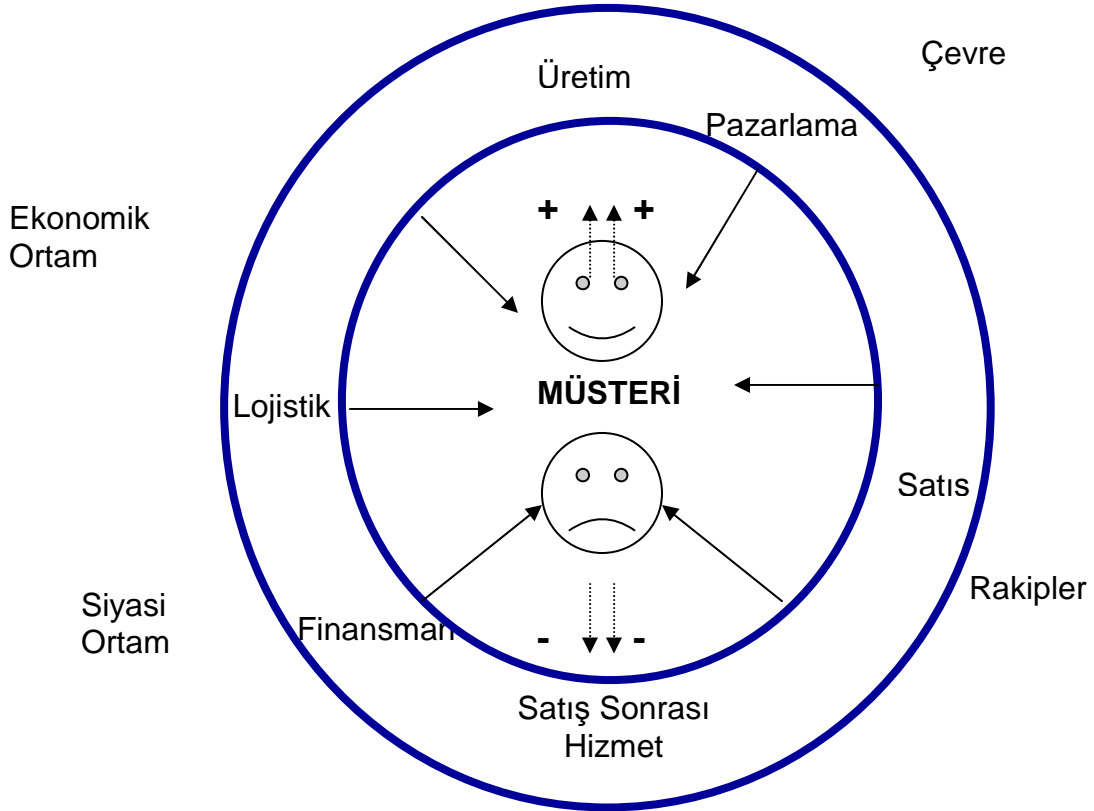
Durum böyle iken organizasyonda çalışan herkesin bu zihinsel tutumu benimseyip gerekenleri yerine getirmeleri gerekiyor. Unutulmaması gereken husus bu zihinsel tutumun yani müşteriye onu memnun etmek, geliştirmek üzere yaklaşmış olmasının ilk adımı olduğudur. Yaptığımız her şey böyle bir yaklaşım ve bakış açısını arkasına aldığı takdirde daha da güçlü olacaktır. Nedir bu gerekenler dediğimizde ise öncelikle çalışanların müşterilere karşı tutum ve davranışlarıdır diyebiliriz. Bu noktada tabi ki organizasyonun kendi ihtiyaçlarını (verimlilik, etkinlik, üretkenlik gibi) ve çalışanların kişisel ihtiyaçlarının da müşteri ihtiyaçları karşısında dengelenmesi gerektiğini unutmamak gerekir. Bunu şekil-1 deki şemada görebiliriz.

Modern işletmelerden bu üç alandaki dengeyi kurabilen ve sürekli bu ihtiyaçları inceleyip nasıl karşılanabileceği konusunda kafa yoranlar başarıya ulaşabiliyor. Ayrıca, tüm çalışanların yalnız ellerini ve zihinlerini değil kalplerini de bu çabaya ortak edenler ise yarışta atbaşı ile dahi olsa önde oluyor. Küçük ve orta boy işletmeler ise dünyanın her yerinde ve her işkolunda büyüklerle bu alanda rahatça rekabet edebiliyorlar².

Belki de modern işletmenin başarısı müşterilerin bir yönetici gibi işletmenin içine girmeleri ve tüm kararlarda kendi tercihlerini ortaya koyarak çalışanları yönlendirebilmelidir. Uygulandığı zaman bunun o kadar zor bir şey olmadığı görülecektir.



Şekil-1 : Organizasyonda İhtiyaçlar Dengesi



Şekil-2 : Müşteri İşletmenin Patronu Olsa

“MÜŞTERİYE BAKIŞINIZ” TESTİ

Müşteri sizce aşağıdakilerden hangisidir?

- 1) Tüyleri kendine fazla geldiği için yolunmasında ve rahatlatılmasında herkes için fayda olan biri. (kaz)
- 2) Cebindekilerin çeşitli tekniklerle alınması gereken ayaklı bir cüzdan
- 3) Ürün ve hizmetlerimize maliyetimiz üzerinde bir fiyat ödeyerek satın aldığı sürece ilgilendiğimiz birisi
- 4) Ürün ve hizmetlerimizin tüketicisi olduğu için araştırılıp bulunması ve değişik tekniklerle bizimle işbirliğine ikna edilerek cüzdanlarındaki paranın şirkete transferi sağlanan biri
- 5) Şirketimizin hayatta kalmasını sağlayan ve bundan dolayı makul isteklerini yerine getirmeye çalıştığımız biri.
- 6) Şirket çalışanlarının maaşlarının ödenmesini sağladığı için peşinden koşulması, ihtiyaçlarının araştırılması ve koşulsuz olarak memnun edilmesi gereken biri
- 7) Kuruluşumuzun ürün ve hizmetlerine ihtiyacı olan ve koşulsuz olarak memnun edilmesi gereken birisi
- 8) Kuruluşumuzun içine alınıp bizi her konuda yönlendirmesi gereken birisi
- 9) Tüm organizasyonun, her tarihi problemi ile yakından ve candan ilgilenilmesi gereken stratejik ortağımız

Cevap Anahtarı : 1-2-3 den herhangi birine katılıyorsanız Kısa sürede şirketiniz başarılı olmakta zorlanacak

4-5-6 dan herhangi birine katılıyorsanız Orta vadede müşterinizle zorluklar yaşayacaksınız

7-8-9 dan herhangi birine katılıyorsanız Uzun vadede başarılı olacaksınız