



Perniagaan yang Baik = Hubungan yang Baik

Perniagaan merupakan satu proses untuk menghubungkan produk atau perkhidmatan dengan bakal pelanggan atau pelanggan sedia ada.

Saya sendiri biasanya akan memulakan ceramah atau kuliah saya dengan memberikan penerangan soal perspektif hubungan antara syarikat - pelanggan terlebih dahulu. Ia melibatkan sebarang usaha untuk mencuba serta mencari peluang dan ruang yang terbaik untuk terus mewujudkan hubungan yang baik antara kita dengan pelanggan.

berat kerana ia akan menentukan sama ada pelanggan sanggup atau tidak untuk membayar nilai atau harga produk yang ditawarkan.

Maka, apabila pelanggan mengambil keputusan untuk membeli, wujudlah satu proses yang dinamakan sebagai transaksi perniagaan. Hasil daripada transaksi inilah yang akan mendatangkan pendapatan.

Sungguhpun begitu, bagi memperoleh transaksi yang berterusan, di sinilah hubungan yang baik itu memainkan peranan. Justeru, wujudlah bidang-bidang dalam perniagaan yang khusus untuk mencapai tujuan tersebut, antaranya:

Perlunya Hubungan yang Baik
Jika kita lihat, kekuatan satu-satu aktiviti perniagaan bukanlah bergantung kepada kekuatan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan semata-mata. Persoalan hubungan yang baik ini perlu diambil

AZAD JASMI

Principal Trainer dan Pengarah Automotive TIC (TAJ International College). Beliau juga merupakan seorang Business Coach dan Trainer bersama INSKEN, TERAJU, SME Banks dan juga Jurulatih Pemanduan Profesional.

Untuk sebarang sesi latihan atau coaching boleh hubungi beliau di azadjasmi@yahoo.com





Pelanggan Menjadi Keutamaan

Saya masih ingat lagi pada tahun 2005, ketika saya berkhidmat di syarikat automotif General Motors (GM), saya telah diberikan taklimat oleh pihak GM di ibu pejabat yang terletak di Jerman.

Apa yang disampaikan adalah tentang kekuatan dan kejayaan syarikat Toyota menjadi sebuah syarikat gergasi dunia dalam industri automotif sehingga mampu mengatasi syarikat GM. Rahsianya adalah kekuatan sistem perkhidmatan pelanggan Toyota yang baik.

Ketika itu, GM juga merupakan syarikat gergasi kenderaan di dunia. Namun, Toyota berjaya mengatasi kedudukan GM walaupun bilangan produknya tidaklah sebanyak GM. Aspek perhubungan pelanggan dan kajian indeks kepuasan pelanggan yang mantap menjadikan Toyota berjaya mengatasi GM.

Taklimat diadakan di ibu pejabat General Motors yang berdekatan dengan Lebuhraya Autobahn. Sebaik sahaja selesai sesi taklimat, pihak GM telah menyediakan sebuah kenderaan Opel Astra HPC (*High Performance Vehicle*) untuk saya.

Memandangkan mereka telah me-ngetahui bahawa saya berminat dengan kenderaan berkelajuan tinggi, mereka telah memberikan peluang

kepada saya untuk “membelasah” kenderaan tersebut di atas Lebuhraya Autobahn yang tidak memiliki had laju itu.

Kesempatan untuk “membelasah” kenderaan ini saya lihat sebagai cara mereka menjaga hati saya yang merupakan pelanggan mereka.

Bukan itu sahaja, mereka juga telah melakukan kajian terhadap minat saya sehingga mereka mengetahui minat saya kepada kereta sebegitu.

“**Tidak mudah untuk “mengambil” duit pelanggan. Produk dan perkhidmatan bukanlah satu-satunya kunci untuk mencapai tujuan tersebut. Yang penting adalah layanan yang diberikan.**”

Kunci untuk Ambil Duit Pelanggan

Kesimpulannya, tidak mudah untuk “mengambil” duit pelanggan. Justeru, produk dan per-khidmatan bukanlah satu-satunya kunci untuk mencapai tujuan tersebut. Bahkan kunci yang sangat penting adalah **layanan terhadap mereka.**

Saya juga ingin menekankan bahawa, syarikat sememangnya perlu memberikan tumpuan kepada aspek pembangunan produk serta aspek-aspek perniagaan yang lain. Namun, jangan sesekali lupa untuk membina dan mengukuhkan hubungan antara syarikat anda dengan pelanggan. **S**

TIP MEMBINA HUBUNGAN YANG BAIK DENGAN PELANGGAN

- 1 Dengar**
Dengar kehendak pelanggan dan perkara yang menjadi perbualan orang ramai di persekitaran tentang produk anda. Andai apa yang diperkatakan itu buruk, anda tahu apa yang perlu dilakukan.
- 2 Harga Pelanggan**
Lakukan apa-apa tindakan sebagai tanda anda menghargai pelanggan sekalipun hanya dengan memberikan senyuman atau ucapan terima kasih.
Biasanya mesej atau panggilan yang diterima oleh mereka dalam tempoh masa 48 jam akan memberikan satu aura positif terhadap pelanggan kerana mereka rasakan bahawa kita mengambil berat tentang mereka.
- 3 Jangan Merungut di Depan Pelanggan**
Jangan ceritakan masalah anda, masalah syarikat atau masalah pekerja kepada pelanggan. Pelanggan datang untuk mendapatkan produk atau perkhidmatan, bukannya untuk mendengar rungutan atau luahan anda.
- 4 Pandangan Pertama yang Baik**
“*First impression is the moment of truth.*” Kata-kata ini memberikan gambaran bahawa pandangan dan tanggapan pertama pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan kepada mereka adalah penting. Ia sama ada boleh mengukuhkan atau menjatuhkan perniagaan anda.
- 5 Layan Bagaikan Pelanggan Terakhir**
Sentiasa beranggapan bahawa setiap pelanggan yang anda layan itu merupakan penentu masa depan syarikat anda. Ia seolah-olah membayangkan bahawa pelanggan tersebut akan membawa untung atau rugi kepada syarikat.