

مورد مطالعه: شرکت لعابیران

بهنام خوجم لی

چکیده

شرکت لعابیران که با بیش از بیست سال تجربه در عرصه طراحی و تولید انواع فریت، لعاب، انگوب و اخیراً رنگهای سرامیکی، همواره صنایع کاشی را در کشور پشتیبانی نموده بررسی شده و سرمایه این شرکت دانش فنی آن بوده، که با بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، تجهیزات مدرن آزمایشگاهی و همچنین کنترل های دقیق بر روی محصولات، تجلی یافته است لعابیران در سال ۱۳۶۰ تأسیس و با صرف هزینه ای بالغ بر ۱۸۰۰ میلیون ریال با ظرفیت ۱۵۰۰۰ در سال ۱۳۶۶ راه اندازی شد و از اواخر سال ۱۳۷۴ از سهامی عام به سهامی خاص تغییر ماهیت داده و تحت پوشش شرکت سرمایه گذاری تأمین اجتماعی قرار گرفت که با ۱۳ شرکت دیگر در گروه کانی غیر فلزی شرکت تأمین توسط یک هلدینگ، مدیریت می شوند. مهمترین چشم انداز شریک بودن در تولید هر متر کاشی و سرامیک کشور میباشد رسالت شرکت بررسی شده و از جمله استراتژیهای اهداف کلانش افزایش رضایت کارکنان و افزایش رضایت مشتری می باشد **شرکت لعابیران پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۱۸/۱۲/۲۹ با سرمایه ۳۵ میلیارد ریال را مبلغ ۸۰۷ ریال اعلام کرد** و همچنین اطلاعات مالی این شرکت نیز داده شده است



شرکت لعابیران

ما با بیش از بیست سال تجربه در عرصه طراحی و تولید انواع فریت، لعاب، انگوب و اخیراً رنگهای سرامیکی، همواره صنایع کاشی را در کشور پشتیبانی نموده و بر این باوریم که سرمایه ما دانش فنی پرسنل ما بوده، که با بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، تجهیزات مدرن آزمایشگاهی و همچنین کنترل های دقیق بر روی محصولات، تجلی یافته است. ما در لعابیران با بکارگیری آخرین فناوریهای روز جهان در زمینه های کوره، دانه بندی، سایش و پودرسازی مدرن، روزانه حدود ۷۰ تن لعاب تولید می کنیم. مشتریان ما در صنایع کاشی با به کارگیری محصولات لعابیران، زیبایی و کیفیت آفریده اند و ما به خود می بالیم که در این فرآیند آفرینش زیبایی و کیفیت، شریک بوده ایم. این شرکت بعنوان یکی از شرکتهای چندگانه گروه کاشی و سرامیک سازمان تامین اجتماعی در مجموعه ای قرار دارد که ۳۸٪ از تولیدات کشور را در زمینه های کاشی دیوار، کف و پرسلان تامین نموده و حضور فعالتر در عرصه های بین المللی و همچنین افزایش روزافزون توانمندی ارائه تولید و خدمات به مشتریان خارج از کشور را در دستور کار خود قرار داده است.

شرکت لعابیران با سرمایه گذاری هشت کارخانه کاشی و سرامیک تحت پوشش سازمان صنایع ملی ایران در سال ۱۳۶۰ تأسیس و با صرف هزینه ای بالغ بر ۱۸۰۰ میلیون ریال با ظرفیت ۱۵۰۰۰ در سال ۱۳۶۶ راه اندازی شد و از اواخر سال ۱۳۷۴ از سهامی عام به سهامی خاص تغییر ماهیت داده و تحت پوشش شرکت سرمایه گذاری تامین اجتماعی قرار گرفت که با ۱۳ شرکت دیگر در گروه کانی غیر فلزی شرکت تامین توسط یک هلدینگ، مدیریت می شوند. این شرکت در حال حاضر جزء عمده ترین تولیدکنندگان لعاب و رنگ های سرامیکی در کشور بوده و حدود ۲۵٪ از سهم بازار را نیز به خود اختصاص داده است. مشتریان شرکت متغیر و عموماً کارخانجات کاشی و سرامیک کشور بوده که هر کدام متناسب با تکنولوژی و پروسه تولید خود طیف متنوعی از محصولات را دریافت می کنند.

شرکت لعابیران در سال ۱۳۸۴ موفق به اخذ گواهینامه تعهد به تعالی گردید

مدیریت روابط با مشتریان:

۱- بررسی و ارزیابی نظرات مشتریان

مرغوبیت کالا ثبات کیفیت کالا ارائه خدمات علمی و مهندسی پاسخگویی به نیاز های آتی شما نحوه دریافت اطلاعات و اخذ پاسخ دامنه کاربری و انعطاف پذیری محصول کیفیت ظاهری محموله و بسته بندی حوه ارسال و تحویل به موقع ارائه خدمات بعد از فروش نحوه رفتار و برخورد رابطان شرکت تنوع محصول و انطباق با نیاز شما انعطاف پذیری در مقابل نظرات

۲- خدمات پس از فروش

طرح مشکلات اشکالات کیفی و فنی اشکال بازرگانی اشکال مالی تقاضای نمونه جدید تقاضای تغییرات پیشنهاد

۳- اطلاعات مورد نیاز تولید

۴- ثبت درخواست و اطلاعات تولیدات سفارشی

کیفیت

واحد کیفیت شرکت لعابیران در راستای خط مشی و استراتژی کلان شرکت در جهت تامین رضایت کامل مشتریان ، فعالیتهای زیر را سرلوحه کار خویش قرار داده است:

این واحد با علم و آگاهی از اینکه سهم عمده ای از کیفیت محصول نهائی منوط به کیفیت مطلوب مواد اولیه می باشد ، بخش قابل توجهی از فعالیتهای خود را به کنترل مواد اولیه اختصاص داده و به منظور کنترل محصولات تولید شده بخش دیگری از فعالیتهای کنترلی خود را به کنترل های حین فرآیند مطابق با طرح کیفیت و دستورالعمل های اجرایی اختصاص داده و به منظور اطمینان از ارسال محصولاتی با کیفیت ، مطابق با خواسته مشتریان، کنترل های ویژه ای را نیز به اجرا گذاشته است

چشم انداز شرکت

با استفاده از فناوری های نو، دانش، تجربه و کار بهره ور توانایی طراحی و تولید انواع محصولات ممتاز و با کیفیت را همراه با ارائه خدمات فنی و مهندسی مناسب فراهم میشود.

با حفظ منافع سهامداران مشتریان و کارکنان ، تجربه یک خرید خوب را برای مشتریان به وجود آورده، با ایجاد وفاداری، انتخاب اول آنها بعنوان شریک در تولید هر متر کاشی در کشور و منطقه باشیم.

شرکت لعابیران در نظر دارد بعنوان یکی از شرکتهای مطرح جهان در نوآوری و ارائه محصولات و خدمات در زمینه انواع لعاب و رنگ و طرح برای صنایع کاشی و سرامیک باشد لذا بیانیه چشم‌انداز خود را در قالب محورهای استراتژیک در یک افق ده ساله در حوزه‌های داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی با عنوان «پشتکار ما» به شرح زیر ارائه می‌نماید:

- ۱- پیشستازی در بهره‌گیری اثربخش از تکنولوژیهای نوین بین رقبای داخلی
- ۲- شریک در تولید هر متر کاشی و سرامیک کشور
- ۳- تعالی سازمانی در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی، انسانی و اخذ رتبه برتر در سطح کشور
- ۴- کیفیت برتر در ارائه خدمات مهندسی و طراحی محصولات در منطقه
- ۵- انتخاب اول مشتریان داخلی و ذینفعان
- ۶- رهبری قیمت و خدمات در بازار داخلی
- ۷- مارک و اعتبار تجاری مطرح در سطح جهانی

مأموریت سازمان

ابداع و نوآوری در طراحی و تولید انواع فریت، لعاب، رنگ، طرح و پکیج و سایر محصولات مرتبط به منظور سودآوری بلند مدت در جهت منافع سهام داران ، مشتریان و کارکنان شرکت از طریق توازن بین عملکرد مالی و بهره‌وری سازمان.

شرکت لعابیران به عنوان یکی از طراحان و تولیدکنندگان بزرگ انواع فریت، لعاب و رنگهای سرامیکی و ارائه دهنده طرح و خدمات مهندسی مؤثر به صنایع کاشی و سرامیک داخل و خارج کشور می‌باشد. این شرکت توجه به نوآوری و خلاقیت کارکنان، ارزشها و باورهای سازمان و جامعه، استانداردهای ملی و بین‌المللی و بروزرسانی دانش و فن‌آوری را بعنوان محور اصلی فعالیتهای خود قرار داده تا از این طریق ضمن ایجاد مزیت رقابتی به رضایتمندی ذینفعان و بقا و سوددهی مداوم سازمان دست یابد. لذا بیانیه مأموریت خود را تحت عنوان «رسالت ما» در محورهای زیر ارائه می‌نماید:

- ۱- رعایت و توجه به مسئولیتهای اجتماعی و زیست محیطی و توجه به حفظ ارزشهای انسانی و رقابت سالم
- ۲- سودآوری بلندمدت در جهت منافع ذینفعان و سهامداران
- ۳- ابتکار در طراحی و تولید انواع فریت، لعاب و رنگهای سرامیکی و محصولات مرتبط
- ۴- لزوم توجه به آموزش و توسعه کارکنان برای ایجاد خلاقیت و نوآوری
- ۵- توسعه و بروزرسانی فن‌آوری و دانش فنی مطابق استانداردها و پیشرفتهای روز در صنعت سرامیک دنیا

۶- مشتری‌مداری و شناخت دقیق نیازمندیهای صنایع کاشی و سرامیک داخل و خارج کشور

۷- ارائه خدمات پشتیبانی و مهندسی مؤثر به مشتریان

ارزش‌های سازمان

بر پایه امانتداری و وفاداری سازمانی، مشتری‌مداری، دانش محوری و ابتکار بنای مستحکم لعاب ایرانی سرآمد را بنا کرده ایم

استراتژیهای شرکت در سال ۱۳۸۵، با استفاده از متدولوژیهای علمی متناسب با شرایط و وضعیت محیط داخل و خارج تدوین شده است.

ارزشهای حاکم بر فرهنگ سازمانی لعابیران به صورت تلویحی شکل گرفته و رفتار سازمانی را به یک تعهد اخلاقی تبدیل نموده است که در الگویی تحت عنوان «عقیده ما» به شرح زیر بیان می‌شود.

۱- علاقه به نوآوری، یادگیری و بهبود فعالیتها

۲- قدرشناس وفادار به سازمان

۳- یک شهروند خوب بودن

۴- داشتن صداقت در کار و احترام متقابل

۵- همدلی و مشارکت گروهی

۶- مشتری‌مداری و توجه به رضایت مشتری

۷- اتکا به خود و خودباوری

اهداف کلان و بنیادین استراتژی لعابیران:

۱- افزایش رضایت کارکنان

۲- افزایش سطح رضایتمندی مشتریان

۳- افزایش سهم بازار

۴- بهبود و افزایش ظرفیتهای تولیدی

۵- تنوع و نوآوری در طراحی محصول اقتصادی

۶- تأمین اقتصادی، به موقع و متنوع مواد و قطعات

۷- بهره‌گیری مؤثر از منابع مالی و درآئیها

۸- حصول اطمینان از موقعیت پایدار سازمانی



طرح ها و پروژه های تحقیقاتی شرکت لعابیران

شرکت لعابیران به دنبال استقرار مدل سرآمدی "EfQM" از سال ۱۳۸۳ تا کنون اقدام به شناسایی نقاط قوت و قابل بهبود خود نموده و با تعریف پروژه های کاربردی اقدامات موثر انجام داده است.

(۱) اجرای موفقیت آمیز پروژه تولید انواع رنگ های سرامیک: این شرکت با اجرای طرح توسعه تولید و انجام ۶ سال مداوم، تحقیقات انواع رنگدانه های سرامیکی در حال حاضر تولید رنگهای زرد، آبی فیروزه ای، سبز، زرشکی، قهوه ای ویژه صنعتی و با کیفیت برتر از نمونه های شاخص خارجی و تضمین ثبات و یکنواختی را در دستور کار خود دارد.

(۲) اجرای طرح توسعه تولید مکانیزه لعاب با نصب سیستم plant batching: تولید انواع لعاب آماده که در سال های اخیر در شرکت لعابیران آغاز شده بود، بدلیل حضور موفقیت آمیز در بازار داخلی و جایگزینی قاطع با نمونه های مشابه خارجی، ضرورت تولید مکانیزه آن ایجاب کرد که امکانات تولید ماشینی آن فراهم آید که هم اکنون این پروژه در مرحله نصب ماشین آلات می باشد.

۳) افزایش ظرفیت تولید فریت: با نصب کوره هفتم continous در شرکت لعابیران تولید فریت افزایش یافته و قابلیت جوابگویی به تقاضای مشتریان را دارد. در اجرای این پروژه از آخرین دستاوردهای روز دنیا استفاده شده است. شایان ذکر است این شرکت در حال حاضر تولید انواع محصولات زیر را در برنامه تولید خود دارد:

۱- انواع فریت جهت کاشی کف و دیوار

۲- انواع آنگوب جهت کاشی کف و دیوار

۳- انواع لعاب آماده جهت پخت کف و دیوار و پرسلان

۴- انواع پودر چاپ جهت کاشی کف و دیوار با دانه بندی زیر ۵۰ میکرومتر

۵- انواع رنگ سرامیکی

شرکت لعابیران جهت گسترش محصولات تولیدی خود فاز تحقیقاتی محصولات تولیدی خود فاز تحقیقاتی محصولات جدید را به شرح زیر در دستور کار خود قرار داده است که با توجه به نتایج مطلوب اولیه، جزء تولیدات سال ۸۷ این شرکت خواهند بود.

۱) دستیابی به دانش و فرآیند تولید لعاب آنتی باکتریال با استفاده از تکنولوژی پیشرفته نانو مواد

۲) دستیابی به دانش و فرآیند تولید لعاب کریستال

۳) دستیابی به دانش و فرآیند تولید رنگ بدنه مشکی

۴) دستیابی به دانش و فرآیند لعاب مسکی و آبی کبالتی

سهم فروش در تالار بورس

پیش‌بینی 807 ریالی درآمد هر سهم لعابیران برای سال ۸۸

شرکت لعابیران پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۸/۱۲/۲۹ با سرمایه ۳۵ میلیارد ریال را مبلغ ۸۰۷ ریال اعلام کرد.

بر اساس اطلاعیه اداره نظارت بر ناشران بورس، شرکت لعابیران «سهامی عام» در مقایسه با عملکرد واقعی سال مالی قبل به ترتیب، ۲ درصد افزایش فروش، ۵ درصد افزایش بهای تمام شده کالای فروش رفته، ۱۰ درصد کاهش سود عملیاتی و ۱۲ درصد کاهش سود پس از کسر مالیات را نشان می‌دهد.

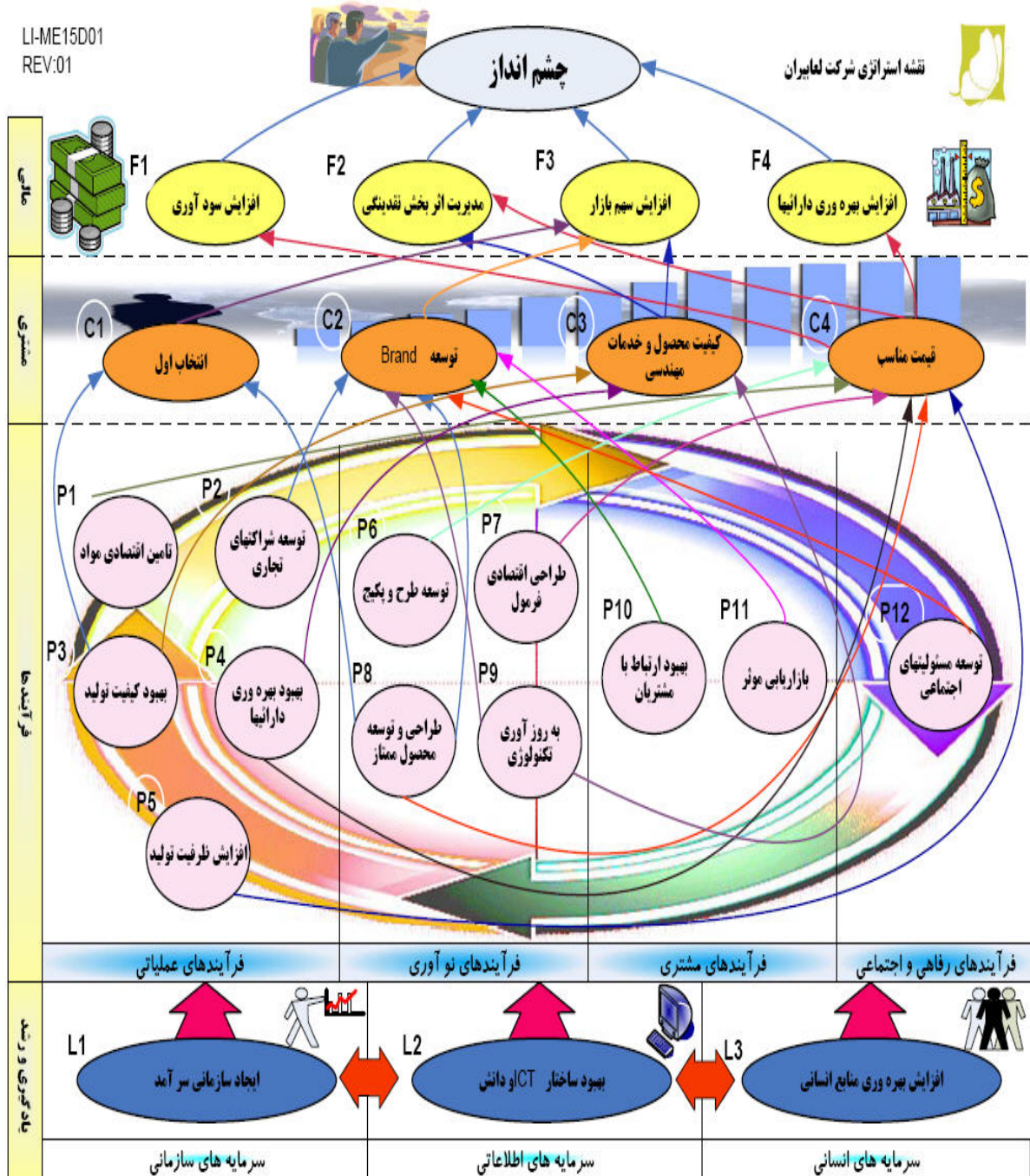
بر اساس این گزارش هیئت‌مدیره این شرکت در نظر دارد برای سال مالی ۸۷ به ازای هر سهم ۴۰۰ ریال از سود را برای تقسیم بین سهامداران به مجمع عمومی عادی سالانه پیشنهاد کند.

شرکت لعابیران «سهامی عام» با نماد «شلعاب»، در گروه محصولات شیمیایی در بازار دوم فعالیت می‌کند

بهترین تقاضاهای خرید			آخرین معامله		بهترین تقاضاهای فروش		
تعداد	حجم	قیمت	قیمت	تاریخ	تعداد	حجم	قیمت
۱	۱۰,۰۰۰	۲,۳۱۴	۲,۳۶۸	۱۳۸۸/۴/۲۵	۲	۱۱,۳۵۰	۲,۳۶۸
۱	۱,۳۳۵	۲,۳۵۰			۲	۱۱,۴۰۰	۲,۳۶۹
۱	۴,۰۰۰	۲,۳۲۸			۳	۱۷,۸۷۵	۲,۳۷۰
۱	۱۰,۰۰۰	۲,۳۲۷			۱	۱,۰۰۰	۲,۳۷۷
۱	۵,۰۰۰	۲,۱۸۵			۴	۲۶,۷۰۰	۲,۳۷۸

آمار آخرین معاملات انجام شده در تاریخ ۲۵ تیر ۱۳۸۸

تغییر قیمت	آخرین قیمت	بیشترین قیمت	کمترین قیمت	تعداد معاملات	ارزش معاملات	حجم معاملات
۵۹	۲,۳۶۸	۲,۳۷۸	۲,۳۶۸	۸	۸۶,۱۱۶,۰۰۰	۳۶,۲۵۰



استراتژیهای سازمان

استراتژیهای شرکت در سال ۱۳۸۵، با استفاده از متدولوژیهای علمی متناسب با شرایط و وضعیت محیط داخل و خارج تدوین شده است.

اهداف کلان و بنیادین استراتژی لعابیران:

- ۱- افزایش رضایت کارکنان
- ۲- افزایش سطح رضایتمندی مشتریان
- ۳- افزایش سهم بازار
- ۴- بهبود و افزایش ظرفیتهای تولیدی
- ۵- تنوع و نوآوری در طراحی محصول اقتصادی
- ۶- تأمین اقتصادی، به موقع و متنوع مواد و قطعات
- ۷- بهره‌گیری مؤثر از منابع مالی و درآئیها
- ۸- حصول اطمینان از موقعیت پایدار سازمانی

اطلاعات مالی سازمان اطلاعات لعابیران

تقاضای خرید و فروش

شعب

لعابیران

محصولات شیمیایی

نامشخص	نامشخص	فعال	نامشخص	نامشخص
۸۰۷	۲۰۰۹/۰۷/۲۲	نامشخص		
۱۳۸۸	۲۸,۰۰۰	۲/۹		
نامشخص	۴۰۳/۵	۰/۲۰۰۹		
۲,۳۶۸	۱۳۸۸/۴/۲۵	۲,۳۱۴	۲,۳۶۸	۲,۳۶۸
۲,۳۶۹		۲,۲۵۰		
۲,۳۷۰		۲,۲۳۸		
۲,۳۷۷		۲,۲۳۷		
۲,۳۷۸		۲,۱۸۵		
۳۶,۲۵۰	۸ ۸۶,۱۱۶,۰۰۰	۲,۳۶۸	۲,۳۷۸	۲,۳۶۸
		۲۱,۵۳۴,۶۷۴		
		۳,۸۵۷,۴۶۳		
		۱,۴۸۹,۱۴۳		
		۶۸۴,۲۸۲		
		۳۷۴,۸۲۱		

ماموریت سازمان:

شرکت لعابیران به عنوان یکی از طراحان و تولیدکنندگان بزرگ انواع فریت، لعاب و رنگهای سرامیکی و ارائه دهنده طرح و خدمات مهندسی مؤثر به صنایع کاشی و سرامیک داخل و خارج کشور می‌باشد. این شرکت توجه به نوآوری و خلاقیت کارکنان، ارزشها و باورهای سازمان و جامعه، استانداردهای ملی و بین‌المللی و بروزرسانی دانش و فن‌آوری را بعنوان محور اصلی فعالیتهای خود قرار داده تا از این طریق ضمن ایجاد مزیت رقابتی به رضایتمندی ذینفعان و بقا و سوددهی مداوم سازمان دست یابد. لذا بیانیه مأموریت خود را تحت عنوان «رسالت ما» در محورهای زیر ارائه می‌نماید:

۱- رعایت و توجه به مسئولیتهای اجتماعی و زیست محیطی و توجه به حفظ ارزشهای انسانی و رقابت سالم

۲- سودآوری بلندمدت در جهت منافع ذینفعان و سهامداران

نتیجه

تلاش در جلب مشتری، گام اول در کسب و کار موفق در شرکت لعابیران

هیچ رمز و رازی در کار نیست. هیچ چیزی هم ارزان، شانسی و اتفاقی به ست نمی‌آید. اگر عملکرد موفق‌ترین و قدرتمندترین شرکت‌های تولیدی و خدماتی داخل و خارج از کشور را که بررسی کنیم، متوجه می‌شویم آنهایی که گوی و میدان را از رقبای خود ربوده‌اند بیشتر فکر کرده‌اند، بیشتر تخیل دارند و شاید در یک گام بیشتر به فکر مشتری بوده‌اند تا به فکر پول در آوردن.

در واقع اصل اولیه برای این افراد جلب اعتماد مشتری است. آنها نیاز مشتری را می‌شناسند و با محصولات یا خدمات خود آن نیاز را به سرعت و به گونه‌ای حرفه‌ای برآورد می‌کنند. در این میان خلاقیت و نوآوری فاکتوری است که آنها همیشه مد نظر دارند و برای هر کاری که انجام می‌دهند نیز همیشه دلیلی محکم و بیشتری پسند دارند. در واقع ایجاد اطمینان در مشتری و جلب اعتماد او سخت‌ترین کار برای کسانی است که کالا یا خدماتی را برای عرضه در بازار ارائه می‌دهند.

چرا که پیش از هر اقداماتی در خصوص جلب مشتری، باید درباره اش فکر کرد و سپس از تعیین استراتژی، تکنیک‌ها و تاکتیک‌هایی را آزمود و در نهایت با برخورداری از یک ثبات رویه آن را به اجرا گذاشت.

به این ترتیب امروزه در دنیای کسب و کار اصلی‌ترین عنصر مشتری است. تحقق اصل رضایت مشتری یا به عبارت دیگر موفقیت در کسب و کار بر اساس اعتقاد و درک سخن (همیشه حق با مشتری است) و همچنین التزام عملی به اصل مشتری‌مداری است. در حقیقت فهم و ارائه پاسخ مناسب به پرسش مهم، مشتری چه می‌خواهد؟ یکی از بنیادی‌ترین گامها در راستای رسیدن به موفقیت است.

البته جلب اعتماد مشتری راههای مختلفی دارد با توجه به نوع کالا یا خدماتی که ارائه می شود، می توان استراتژیهای متفاوتی را بکار برد. اما یکسری از کارها نیز وجود دارند که به نوع کالا یا خدمات ارائه شد بستگی ندارند و جزو اصول ایجاد اطمینان در مشتری و جلب اعتماد او به شمار می روند در این میان نباید فراموش کنید که مهم نیست شما چه محصولاتی را عرضه کنید، اگر شما زمینه های لازم را بای فروش مناسب کالای خود فراهم نکنید، زمان زیادی در کسب و کار خود دوام نخواهید آورد .

اما زمینه مناسب را ایجاد کردن یعنی چه و چه باید کرد:

شرکت لعابیران در جهت موفقیت در زمینه کسب و کار و بدست آوردن جایگاهی منطقی در بازار رقابتی دو مسیر را به صورت موازی در پیش گرفته و اجرایی نموده است

۱- ارائه محصول با کیفیت مطابق با آنچه موجب رضایت و خوشنودی و مشعوف نمودن مشتری میگردد

۲- ارائه سایر نیازمندیهای مشتری از قبیل قیمت مناسب ، تحویل به موقع ، خدمات پس از فروش و ...

البته نباید این اصل را فراموش نمود که همه این امور در نهایت به جهت ایجاد سود بیشتر و ماندگاری در بازار رقابتی میباشد و هرچقدر به سمت افزایش رضایت مشتری حرکت نماییم ولی سود حاصل از فروش کمی که قدرت رقابت را از سازمان بگیرد ، این رضایت مشتری ارزشی نخواهد داشت

پیتر دراگر میگوید: برای اینکه بتوانید چیزی را مدیریت کنید لازمست آن را بصورت کمی اندازه گیری کنید. پس

رضایت مشتریان باید بصورت مستمر اندازه گیری شود و خواسته های آنان به سازمان منعکس گردد.

شرکت لعابیران برای بدست آوردن رضایت مشتریان خود از طریق مسیر دوم به ترتیب ذیل عمل نمود:

۱- تعیین چشم انداز ، ماموریت و ارزشهای سازمانی

۲- تعیین استراتژی بر اساس کارت امتیاز دهی متوازن

۳- تعیین CFS , KPI

۴- بازنگری و طراحی فرآیندهای اصلی و کلیدی بر اساس ایجاد ارزش افزوده ، حذف فعالیتهای اضافی و موازی

و کاهش زمان کاری

۵- طراحی زیر فرآیندها بر اساس ایجاد ارزش افزوده ، حذف فعالیتهای اضافی و موازی و کاهش زمان کاری

۶- طراحی روشها و دستورالعملهای کاری

۷- تعیین شاخصهای اندازه گیری و کنترل و ارزیابی مستمر سیستم

۸- شناسایی دقیق نیازمندیهای مشتری

۹- ارزیابی مستمر رضایت مشتری بر اساس پارامترهای تاثیرگذار

۱۰- استفاده از تکنیکهای روز بازاریابی

به طور کلی شرکت لعابیران در رابطه با مشتری مواردی را مرکزیت فعالیت‌های خود قرارداده است عبارتند از:
(۱) اولین خواسته مشتری احترام است .

(۲) مشتری در نگاه اول خود ظاهر آراسته، مرتب، منظم و تمیز کارکنان و محلی که در آن وارد می شود را می سنجد ..

(۳) عرضه کالا به همراه خدمات مورد نیاز مشتری می تواند اطمینان وی را به شما افزایش دهد .

(۴) برای مشتری کیفیت خدمات از مهمترین عوامل مراجعه است .

(۵) قیمت خدمات و کالا نیز از فاکتورهای مهم مدنظر مشتری است ..

(۶) مشتری انتظار دارد در حداقل زمان ممکن خدمات ارائه شده را دریافت کند و از طولانی شدن این زمان هراس دارد .

(۷) دستیابی مشتریان به رده های بالاتر می تواند آنها را برای مراجعات بعدی مصمم تر کند .

(۸) ایجاد تحول و تنوع در محیط کاری بر اساس پیشنهاد مشتریان، آنها را در همکاری ترغیب می کند .

(۹) میزان رضایت کارکنان عامل اصلی برای رضایت مشتریان است .

(۱۰) ایجاد روح اعتماد و صداقت در محیط کار

(۱۱) پویایی در عصر رقابت و توانایی پیش بینی و برنامه ریزی

در کسب و کار و تجارت آداب و قواعدی وجود دارند که مبنا و پایه و اساس یک کسب و کار را شکل می دهند. هیچ کارشناس و صاحب کسب و کار خبره ای نیست که درستی همه این اصول را تایید نکند. این ها ظاهری بسیار ساده دارند و برای فهمشان به هیچ فن و تخصص ویژه ای نیاز نیست

- خوب گوش دهید
- پاسخگو باشید.
- کار گروهی و استمرار فعالیت هایتان را حفظ نمایید.
- کاملاً بر کارهایتان تمرکز کنید.
- مفهوم "موفقیت" را به تمامی بدانید.
- با مردم آشنا شوید و با آنها ارتباط برقرار کنید.
- منصفانه برای کالاها یا خدماتتان قیمت گذاری کنید.
- شراکت و همکاری با دیگر کسب و کارها را همواره در نظر داشته باشید.

- هر روز که می گذرد، سعی کنید با اطرافیان، اعضای خانواده، کارمندان، مشتریان بالقوه و مشتریان کنونی، ارتباطات موثرتر، گسترده تر و مستحکمتر برقرار سازید.
- فراموش نکنید که "افراد" بهترین منابع رشد و پیشرفت هستند. تلفن موبایل، فکس، اینترنت و ایمیل ابزارهای بسیار قوی و راحت هستند اما روابط و ملاقات های رودررو مجاری رشدی هستند که قدرت و ارزششان به مراتب بیش از وسایل فوق است. اشخاص موردنظر را بیابید، در مکان و زمانی مناسب با آنها ملاقات نمایید. خواهید دید که این دیدارها چقدر تعیین کننده خواهند بود.
- همواره حساب های پولی و مالیاتان را نگه دارید و هیچوقت رسیدگی به آنها را بی اهمیت و ساده ندانید. زمانی که صاحب کسب و کاری از شرایط مالی خودش و کاستی ها و قوت های آن خبر داشته باشد و در ضمن از اوضاع بازار هم غافل نشود، می تواند در بحران های اقتصادی، کسب و کارش را از خطر سقوط نجات دهد.
- اجازه دهید که کارمندان، مشتریان احتمالی و مشتریان کنونی بدانند که شما به آنها علاقه مندید و مانند خودشان تلاش کرده در جهت پیشرفت کسب و کار قدم برمی دارید.
- مانند افراد موفق و همیشه پیروز فکر کنید.
- و هرگز واقع گرایی را از یاد نبرید. خوش خیالی و بی توجهی و خوش بینی غیرواقع بینانه همان قدر زیانبار است که بدبینی بیشتر از حد و احتیاط های وسواس گونه.
- هرگز از یاد نبرید که شما تنها کسی نیستید که در بازار حضور دارد.
- تجارت و کسب و کار شبکه عظیمی از ارتباطات انسانی را در خود دارد و اگر بخواهید در این شبکه به تداوم حضور داشته باشید و فعال و موثر فعالیت کنید، باید جزیی از آن باشید.