

Since 1992

₹20

ബിസിനസ്

Published on 01 June 2016 Vol.25 No.11

ദീപിക

20mm

കാലിബ്രേഡ് പോളിഷ്ഡ്

ഇറ്റാലിയൻ
മാർബിൾ

ഇപ്പോൾ
₹198 /sq.ft മുതൽ



MERMER
ITALIA

FEROKE, CALICUT

PH: 0495 6545577, 09961888777

ഇറ്റാലിയൻ മാർബിൾ
നേരിട്ട് ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന
കേരളത്തിലെ ഏക സ്ഥാപനം.



STOCK MARKET
@ your fingertip

www.hedgeequities.com

Call: 9388175005



Hedge
Equities Ltd. *grow with an edge*

EQUITIES | DERIVATIVES | DEPOSITORY |
CURRENCY | INSURANCE | PMS |
MUTUAL FUND | COMMODITIES |

Corporate Office: Hedge House,
Mamangalam, Palarivattam,
Kochi - 682 017 Tel: 0484 3040400.

SEBI REGN.NO: NSE-INB 231295438, INF231295438 INE231295438
BSE-INB011295434 & PMS-SEBI REGN. NO-INP000003476

പ്രതീക്ഷയുടെ ഭാരവുമായി

തൊടിയിൽനിന്നൊരു
ആരോഗ്യ പാനീയം

കേര കർഷകരുടെ
ചങ്ങാതി പടിയിറങ്ങുമ്പോൾ



ആരാണ് നിങ്ങൾക്ക് ശമ്പളം തരുന്നത്

വിജയിഭവ...



ഷമീം റഹ്മീക്ക്

ഒരു വർഷം മുമ്പു കൊച്ചി കടവത്രയിലെ പ്രശസ്തമായ ഒരു സൂപ്പർമാർക്കറ്റിൽ നിന്നു സാധനങ്ങൾ വാങ്ങി ബില്ലു അടയ്ക്കാൻ തെരക്കു കുറഞ്ഞ വരിയിൽ നിൽക്കുകയായിരുന്നു ഞാൻ. ബില്ലു അടിക്കുന്ന ചെറുപ്പക്കാരിയായ യുവതി വളരെ പതുക്കെയാണ് ബില്ലടിക്കുന്നത്. മുഖമാകെ വാടിയിരിക്കുന്നു.

ഇതു കണ്ട് എന്റെ മുന്നിലുള്ള അറുപതു വയസിനും മുകളിൽ പ്രായം വരുന്ന ഒരു മനുഷ്യൻ പറഞ്ഞു, “മോളെ അൽപം വേഗം ചെയ്യുമോ എനിക്ക് പോയിട്ട് കുറച്ചു തെരക്കുണ്ടായിരുന്നു.”

ഇതു കേട്ടതും പെൺകുട്ടിയുടെ പ്രതികരണം അപ്രതീക്ഷിതമായിരുന്നു. പെൺകുട്ടി രണ്ടു കയ്യും ഉയർത്തി ‘എനിക്ക് രണ്ടു കയ്യെ ഉള്ളൂ ഇതുകൊണ്ട് ഇത്രയും വേഗത്തിലെ ചെയ്യാൻ കഴിയൂ’ എന്ന് ഉച്ചത്തിൽ പറഞ്ഞു. എന്റെ മുന്നിൽ നിൽക്കുന്ന ആൾ അയാളുടെ കയ്യിൽ ഉണ്ടായിരുന്ന ബാസ്കറ്റ് അവിടെ വെച്ച് ഒന്നും മിണ്ടാതെ ഇ



ഉപഭോക്താവാണ് രാജാവ്

തൊഴിലാളികളോട് നിങ്ങൾക്ക് ആരാണ് ശമ്പളം തരുന്നതെന്ന ചോദ്യം ചോദിച്ചാൽ ഉടനേ വരുന്ന മറുപടി ‘എന്റെ കമ്പനി, എന്റെ ബോസ്, അക്കൗണ്ടിംഗ് ഡിപാർട്ട്മെന്റ്, ഫിനാൻസ് ഡിപാർട്ട്മെന്റ്...’ എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഉത്തരങ്ങളായിരിക്കും. എത്ര പേർ തിരിച്ചറിഞ്ഞിട്ടുണ്ട് നമുക്കു മുന്നിലെത്തുന്ന ഉപഭോക്താക്കളാണ് നമുക്കു ശമ്പളം തരുന്നതെന്ന്. സംരംഭകൻ ലാഭം, ജീവനക്കാർക്കു വേതനം, തൊഴിലാളികൾക്കു വേതനം... എന്നാൽ ഒരു സംരംഭതാത്തിന്റെ നിലനിൽപ്പോ ഉപഭോക്താവിന്റെ കാര്യണുത്തിലും.

ആഗോളവത്കരണം, തുറന്ന വിപണി, കസ്റ്റമർ റിലേഷൻഷിപ്പ് മാനേജ്മെന്റ് (സിആർഎം) തുടങ്ങിയ വൈദേശിക വാക്കുകളുടെ കാലത്ത് മഹാത്മാഗാന്ധിയുടെ വാക്കുകൾ ഏറെ പ്രസക്തമാണ്. “ഉപഭോക്താവാണ് നമ്മുടെ സ്ഥാപനത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട സന്ദർശകൻ. ഉപഭോക്താവ് ഒരിക്കലും നമ്മളെ ആശ്രയിക്കുന്നില്ല; നമ്മളാണ് ഉപഭോക്താവിനെ ആശ്രയിക്കുന്നത്. അദ്ദേഹം ഒരിക്കലും നമ്മുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കു വിപ്ലവമല്ല; മറിച്ച് നമ്മുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യമാണ്. നമ്മുടെ ബിസിനസിന് അവർ അന്ത്യരല്ല; മറിച്ച് പങ്കാളിയാണ്. നാം അവർക്കു സേവനം നൽകുമ്പോൾ അത് ഔദാര്യം ചെയ്തുകൊടുക്കലല്ല. അങ്ങനെ ചെയ്തുകൊടുക്കുവാൻ അവസരം തന്നതു വഴി അവരാണ് നമുക്കു ഔദാര്യം നൽകുന്നത്.”

വിജയിഭവ...

റങ്ങിപ്പോയി.

ഇതുകണ്ട എനിക്കും അങ്ങനെ ചെയ്യാനാണു തോന്നിയത്. ഞാനും സാധനങ്ങളവിടെ വച്ച് തിരിച്ചു പോയി. ഇത് ഒരു വർഷം മുമ്പത്തെ കാര്യം.

കഴിഞ്ഞ ആഴ്ച ഇതിനു തൊട്ടടുത്തുള്ള സൂപ്പർമാർക്കറ്റിൽ പോകേണ്ട ഒരാൾ ആണ്. ഞാൻ നടത്തുന്ന ഒരു പരിശീലന പരിപാടിയിലേക്കു വെള്ളക്കുപ്പികൾ വാങ്ങാൻ പോയതായിരുന്നു. ഇൻഫോപാർക്കിൽ നടത്തുന്ന പരിശീലന പരിപാടിയിലേക്കു വെള്ളം ലഭിക്കാൻ മറ്റു വഴിയില്ലാത്തതിനാലാണ് കുപ്പിവെള്ളം വാങ്ങാം എന്നു തീരുമാനിച്ചത്.

സൂപ്പർമാർക്കറ്റിലെത്തി അന്വേഷിച്ചപ്പോൾ അവിടെ 45 എണ്ണത്തിന്റെ ഒരു പാക്കറ്റ് ഇല്ല എന്നു പറഞ്ഞു. പിന്നെയുള്ള വഴി 45 എണ്ണ വാങ്ങി പാക്ക് ചെയ്തു കൊണ്ടു പോകുക എന്നതായിരുന്നു. അങ്ങനെ തീരുമാനിച്ചു കഴിഞ്ഞപ്പോൾ എങ്ങനെ ഇതു പാക്ക് ചെയ്തുകൊണ്ടു പോകും എന്നതായി ചിന്ത.

അപ്പോഴാണ് കടയിലെ ചെറുപ്പക്കാരൻ 'എന്താണു സാർ വേണ്ടത്' എന്നു ചോദിച്ച അരികിലെത്തിയത്.

ഞാൻ പറഞ്ഞു 'എനിക്ക് 45 കുപ്പി വെള്ളം വേണം പക്ഷേ, എങ്ങനെ പാക്ക് ചെയ്തുമെന്ന് ആലോചിച്ചു നിൽക്കുകയാണ്.' 'സർ ഞാൻ ചെയ്തു തരാം' എന്നു പറഞ്ഞ് അയാൾ കാർബോറീഡ് പെട്ടിയിൽ കുപ്പികളെല്ലാം അടുക്കി നന്നായി പാക്ക് ചെയ്ത് ബില്ലടച്ചതിനു ശേഷം അത് എന്റെ കാനിൽ കൊണ്ടുവെച്ചു തന്നു. ഞാൻ പറയാതെ തന്നെ നിങ്ങൾക്ക് അറിയാമല്ലോ? ഇനി ഏതു കടയായിരിക്കും തെരഞ്ഞെടുക്കുക എന്ന്.

സാരംകേരളം തന്നെ ജോലിക്കാർക്കുണ്ടാകുന്ന ഈ പ്രശ്നത്തെ നേരിട്ടിട്ടുണ്ടാവും. 'ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ്' എന്ന പേരിലാണ് ഇതറിയപ്പെടുന്നത്.

ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് വ്യാപകം

ഇന്ന് നമ്മുടെ സമ്പദ്വ്യവസ്ഥ വളരെ പ്രകൃഷ്ടമായ കാലയളവിലൂടെ കടന്നുപോവുകയോ, അടിസ്ഥാനകാര്യങ്ങളിലേക്കു മടങ്ങാനുള്ള നല്ല സമയം ഇതാണെന്നു ഞാൻ കരുതുന്നു. ബിസിനസ് ആരംഭിച്ച കാലത്ത് നമുക്കു വിജയം തന്ന കാര്യം



വൈറസിനെ കണ്ടെത്തേണ്ട

'ആറ്റിറ്റുഡ്' വൈറസ് എല്ലായിടത്തുമുണ്ട്. പകർച്ചവ്യാധി കണക്കാക്കുന്നത്, എത്രവേഗം പടരാനോ അത്ര വേഗം അതു പടർന്നു പിടിക്കും. തൊഴിലാളികളുടെ അതുവരെയുണ്ടായിരുന്ന കഴിവും മോട്ടിവേഷനും എല്ലാം ഇതോടെ നഷ്ടമാകും.

ഉപഭോക്താക്കളോട് ധർഷ്ട്യം കാണിക്കുക, മോശമായ സേവനം നൽകുക, സമ്മർദ്ദം വർധിക്കുക എന്നിവയെല്ലാമാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷണങ്ങൾ. നല്ല രീതിയിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ കാഴ്ച വെക്കാത്ത തൊഴിലാളികളേയും പ്രതീക്ഷകൾക്കൊത്ത പ്രവർത്തനം കാഴ്ചവയ്ക്കാത്ത തൊഴിലാളികളേയുമാണ് ഇതു വേഗത്തിൽ ബാധിക്കുക. ഒരാളെ ബാധിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ മറ്റു തൊഴിലാളികളിലേക്കും ഇതു വ്യാപിക്കും. കമ്പനി നഷ്ടത്തിലാകുകയും കമ്പനിയുടെ നിലനിൽപ്പിനെ തന്നെ ഇതു അപകടത്തിലാക്കുകയും ചെയ്യും.

സമയത്തു കണ്ടെത്തി പരിഹാരം കാണാൻ കഴിഞ്ഞില്ല എന്നിരിക്കട്ടെ. ദീർഘകാലത്തേക്കു നീണ്ടു നിന്നാൽ ടേബോവർകുറയും, ഉത്പാദനക്ഷമത കുറയും, ഉപഭോക്താക്കളുടെ പരാതികളുടെ എണ്ണം കൂടും, ലാഭം ഇല്ലാതാകും. ഒരു ബാസ്ക്കറ്റിലെ ഒരു മോശമായ ആപ്പിൾ മറ്റുള്ള ആപ്പികളെ എങ്ങനെ ബാധിക്കുമോ അതുപോലെ ഒരു മോശം മനോഭാവം സ്ഥാപനത്തെയാകെ ബാധിക്കുന്നു.

നമ്മുടെ തൊഴിലാളികൾ തന്നെയാണ് നമ്മുടെ സ്ഥാപനത്തിന്റെ അംബാസിഡർമാർ അല്ലെങ്കിൽ കൊലയാളികൾ ആയിത്തീരുന്നതെന്ന തിരിച്ചറിവ് നമുക്കുണ്ടാകണം. അവരെപ്പോഴും നമ്മുടെ ഉപഭോക്താക്കൾ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നതിനും മേലെയുള്ള മികച്ച സേവനം കാഴ്ചവെക്കുന്നവരാകണം. അങ്ങനെ ആയെ പറ്റു മാത്സര്യങ്ങളുടെ ഈ കാലത്ത്, കസ്റ്റമർ സർവീസിന്റെ പ്രാധാന്യത്തെക്കുറിച്ച് പറയാൻ എളുപ്പമാണെന്നെനിക്കറിയാം. പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ പ്രയാസവും.

ങ്ങളിലേക്കു തിരിച്ചു പോകാനുള്ള സമയം.

ഉപഭോക്താക്കളുമായി നല്ല ബന്ധമുണ്ടാക്കാൻ കഠിനമായി നമുക്കു യത്നിക്കാം. നമ്മുടെ ഉത്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും സ്വന്തമാക്കാൻ അവരെ പര്യാപ്തമാക്കാം. പലപ്പോഴും സാങ്കേതിക വിദ്യകൾക്കു പിറകെ പായുമ്പോൾ ഉപഭോക്തൃ സേവനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാന തത്വങ്ങൾ നാം മറന്നു പോകുന്നു. ഉപഭോക്താവിനു യഥാർത്ഥത്തിൽ 'എന്താണ്' വേണ്ടതെന്നു മനസിലാക്കാൻ കഴിയാതെ പോകുന്നു. കമ്പനിയുടെ വിജയത്തിന് ഏറ്റവും മർമപ്രധാനമായത് ഉപഭോക്താവിന്റെ ആ ആവശ്യമാണ്.

നിങ്ങൾ ഒരു സാധനം അല്ലെങ്കിൽ സേവനം വാങ്ങി എന്നിരിക്കട്ടെ. രണ്ടു ദിവസത്തിനകം അതിന് എന്തെങ്കിലും പ്രശ്നം പറ്റിയാൽ അതു നിർബന്ധിച്ചു നിങ്ങളെക്കൊണ്ടു വാങ്ങിപ്പിച്ച സെയിൽസിലെ ആളെ വിളിക്കുമ്പോൾ അവൻ അല്ലെങ്കിൽ അവൾ നിങ്ങൾക്കു ഒരു റെക്കോർഡഡ് സന്ദേശം തിരിച്ചുയച്ചു തരും. ദയവായി തങ്ങളുടെ കസ്റ്റമർ കെയർ നമ്പറായ — ലേക്കു വിളിക്കു എന്ന്. അന്നു കാണിച്ച തിരക്കും ഉത്തരവാദിത്ത ബോധവുമൊന്നും പിന്നെ അവർക്കുണ്ടായെന്നു വരില്ല. എന്താണ് പരാതിയെന്നു ചോദിക്കാൻപോലും അവർ തയ്യാറാവുകയില്ല.

നമുക്കു അവരെ കുറ്റപ്പെടുത്താൻ കഴിയുകയില്ല; കാരണം അവരെ കമ്പനി അത്തരത്തിലാണ് പ്രോഗ്രാം ചെയ്തിരിക്കുന്നത്.

ഇന്റർനെറ്റ് കണക്റ്റിവിറ്റി വന്നതിനു ശേഷമുള്ള മാറ്റമാണ് ഞാൻ ഇവിടെ കുറിക്കുന്നത്. പണ്ടൊക്കെ ഒരു സിനിമ റിലീസായി അതു പോയികണ്ടതിനുശേഷം മാത്രമേ നല്ലതോ ചീത്തയോ എന്നു അറിയാൻ സാധിക്കുമായിരുന്നുള്ളൂ. പക്ഷേ, ഇന്ന് അങ്ങനെയല്ല. സിനിമ റിലീസായാൽ അതു കാണാൻ പോകുന്നതു തന്നെ, വിവിധ സൈറ്റുകളിലും വാട്സപ്പിലും ഫെയ്സ്ബുക്കിലും മറ്റും വന്നിരിക്കുന്ന ആസ്വാദന കുറിപ്പുകൾ വായിച്ചതിനു ശേഷമാണ്.

സിനിമയുടെ കാര്യം

മോശമായ സേവനം ഉപഭോക്താക്കൾക്കു നൽകുന്നവർ ഓർക്കുക. 2 ശതമാനം മാത്രമേ പരാതി പറയൂ. ബാക്കി 98 ശതമാനവും തിരിച്ചു വരാറില്ല

പോകട്ടെ. ഭക്ഷണത്തിന്റെ കാര്യവും ഇങ്ങനെ തന്നെയാണ്. കൊച്ചിയിലോ കോഴിക്കോട്ടോ തിരുവനന്തപുരത്തോ ഉള്ള റെസ്റ്റോറന്റുകളെക്കുറിച്ചുള്ള ഉപഭോക്താക്കളുടെ അനുഭവങ്ങൾ ആർക്കും എവിടെയിരുന്നുമറിയാം. അതിനുശേഷം തീരുമാനിക്കാം ഏതു തെരഞ്ഞെടുക്കണമെന്ന്. ഇതു ഞാൻ പറയാൻ കാരണമുണ്ട്.

കഴിഞ്ഞ ഞായറാഴ്ച എന്റെ മുത്തമകൻ എന്നോടു പറഞ്ഞു നമുക്ക് പഞ്ചാബി ഭക്ഷണം കഴിക്കാൻ പോകാമെന്ന്. എനിക്കിവിടെ പഞ്ചാബി ഭക്ഷണം കിട്ടുന്ന റസ്റ്റോറന്റ് അറിയില്ലാ എന്നു പറഞ്ഞപ്പോൾ. പുതിയ ഒരു റസ്റ്റോറന്റ് ഉണ്ട് അവിടെ പോകാമെന്നു പറഞ്ഞു. ഞാൻ ശരിയെന്നു പറഞ്ഞു. കുറച്ചു കഴിഞ്ഞ് അവൻ തിരികെ വന്നു പറഞ്ഞു നമുക്ക് അവിടെ പോകേണ്ട എന്ന്. കാരണം ചോദിച്ചപ്പോൾ അവൻ പറഞ്ഞു, ഇന്റർനെറ്റിൽ ആ റസ്റ്റോറന്റിലെ സേവനത്തെക്കുറിച്ച് മോശം അഭിപ്രായമാണെന്ന്. പഴയൊരു പഞ്ചാബി റസ്റ്റോറന്റ് ഉണ്ട്, അവിടെ പോകാമെന്നു പറഞ്ഞു. അങ്ങനെ പോയി ഭക്ഷണം കഴിച്ചു തൃപ്തിയോടെ തിരിച്ചുപോന്നു.

തിങ്കളാഴ്ച ഓഫീസിലെത്തിയ ഞാൻ ഇന്നലെ മകൻ പോകേണ്ടെന്നു പറഞ്ഞ റസ്റ്റോറന്റിന്റെ സൈറ്റ് എടുത്തു നോക്കി. കസ്റ്റമറുടെ അഭിപ്രായം രേഖപ്പെടുത്തേണ്ട സ്ഥലത്ത് ഉടമയും ഒരു ഉപഭോക്താവും തമ്മിൽ ദിവസങ്ങളായി നീണ്ടു നിൽക്കുന്ന തർക്കമാണ് കാണാൻ കഴിഞ്ഞത്. ഇതു മതി സ്ഥാപനത്തെ മോശമാക്കാൻ.

യൂണൈറ്റഡ് ബ്രേക്ക്സ് ഗിറ്റാർ

കസ്റ്റമർ സർവീസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഏറ്റവും മികച്ച ഉദാഹരണം 2008-ൽ നടന്ന ഒരു സംഭവമാണ്. ഡേവ് കാരൾ എന്ന കനേഡിയൻ സംഗീതജ്ഞൻ അമേരിക്കയിൽ വച്ച് യൂണൈറ്റഡ് എയർ ലൈൻസിൽ സഞ്ചരിക്കാൻ ഇടവന്നു. യാത്രയ്ക്കായി എത്തിയപ്പോൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ കൈവശം ഒരു ഗിറ്റാറുണ്ടായിരുന്നു.



വിജയിഭവ...

എയർപോർട്ടിൽ വച്ച് ചെക്ക് ഇൻ ചെയ്യുന്ന സമയത്ത് ഗിറ്റാർ ബാഗേജായി ചെക്ക് ഇൻ ചെയ്യണമെന്നു പറഞ്ഞു. ഏറെ വിഷമത്തോടെ കാരൾ അതിനു സമ്മതിച്ചു. ബാഗേജിനു പുറത്ത് ഹാൻഡിൽ വീത്ത് കെയർ എന്നും എഴുതി. വിമാനത്തിൽ കയറി അടുത്തിരിക്കുന്നവരോട് സംസാരിക്കവേ അടുത്തുള്ള ആൾ ചോദിച്ചു താങ്കളുടെ ഗിറ്റാറല്ലെ എറിഞ്ഞു കളിക്കുന്നതെന്ന്.

ഇതു കണ്ട കാരൾ എയർ ഹോസ്റ്റസുമാരെ വിളിച്ചു ചോദിച്ചപ്പോൾ അതു സുരക്ഷിതമായി തിരിച്ചു കിട്ടും എന്നായിരുന്നു മറുപടി. ഡേവ് കാരൾ ഇറങ്ങിച്ചെന്നു നോക്കിയപ്പോൾ ഗിറ്റാർ രണ്ടായി മുറിഞ്ഞിരുന്നു. യുണൈറ്റഡ് എയർലൈൻസിന്റെ കസ്റ്റമർ സർവീസിൽ പരാതിപ്പെട്ടു. ഒമ്പതു മാസം കഴിഞ്ഞിട്ടും മറുപടി ഒന്നും കിട്ടാതെ വന്നതോടെ ഡേവ് കാരൾ പുതിയൊരു വഴി കണ്ടെത്തി.

'യുണൈറ്റഡ് ബ്രേക്ക് ഗിറ്റാർസ്' എന്നൊരു മ്യൂസിക് ആൽബം ഉണ്ടാക്കി യൂട്യൂബിൽ പോസ്റ്റ് ചെയ്തു. നാലരമിനിറ്റു ദൈർഘ്യമുള്ള ഈ മനോഹരമായ വീഡിയോ. ഒരു ദിവസം കൊണ്ട് ഒരു ലക്ഷം പേരാണ് കണ്ടത്. ഒരു മാസം കൊണ്ട് 50 ലക്ഷം പേർ. ഇന്ന് ഇതിന്റെ കാഴ്ചക്കാരുടെ എണ്ണം ഒരു കോടി 57 ലക്ഷമാണ്. ഇത് പോസ്റ്റ് ചെയ്ത

ഉടനേ യുണൈറ്റഡ് എയർലൈൻസ് ഇതു പിൻവലിക്കാൻ ആവശ്യപ്പെട്ടു. കാരൾ പിൻവലിച്ചില്ല. കാരണം അപ്പോഴേക്കും അദ്ദേഹം അമേരിക്കയിലെ അറിയപ്പെടുന്ന സംഗീതജ്ഞനായി കഴിഞ്ഞിരുന്നു.

ഇതോടെ യുണൈറ്റഡ് എയർലൈൻസിന്റെ ഓഹരി വില പത്തു ദിവസംകൊണ്ടു 10 ശതമാനം ഇടിവു കാണിച്ചു. അതായത് ഓഹരിയുടെ മകൾക്കു 180 ദശലക്ഷം ഡോളർ നഷ്ടം സംഭവിച്ചു. 2009-ലെ ഏറ്റവും മികച്ച വൈറൽ സോംഗായി ഇതുമാറി. ഇവിടെയും തന്റെ പ്രതിഷേധം അവസാനിപ്പിക്കാതെ പുനർകുറവും അദ്ദേഹം എഴുതി. അപ്പോഴേക്കും ലോകത്തിലെ മികച്ച കസ്റ്റമർ സർവീസ് കേസ് സ്റ്റഡികളിലൊന്നായി ഇതു മാറിക്കഴിഞ്ഞിരുന്നു.

ഒരു കസ്റ്റമർ വിചാരിച്ചാൽ എന്തെല്ലാം സംഭവിക്കാം എന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും മികച്ച ഉദാഹരണമാണിത്.

മുൻകരുതലും പരിഹാരവും

ഓരോ ദിവസവും ബിസിനസ് മേഖല വളരെ പ്രതികൂലമായ അവസ്ഥയിലൂടെയാണു കടന്നു പോകുന്നത്. മാന്ദ്യവും മത്സരവും ഇതിന് ആക്കം കൂട്ടു

ഓരോ ദിവസവും ബിസിനസ് മേഖല വളരെ പ്രതികൂലമായ അവസ്ഥയിലൂടെയാണു കടന്നു പോകുന്നത്. പോസിറ്റീവായുള്ള ഒരു സംസ്കാരം വളർത്തിയെടുക്കുക

ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറൽ ബാധിച്ചിട്ടുണ്ടോ എന്നു എങ്ങനെ പരിശോധിക്കാം

1. ഏല്പിക്കുന്ന ജോലികൾ ചെയ്യാതിരിക്കുക
2. സ്ഥിരമായി താമസിച്ചു വരിക
3. എപ്പോഴും തർക്കിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുക
4. ധാരാളം തെറ്റുകൾ വരുത്തുക
5. ജോലി തടസ്സപ്പെട്ടാൽ വിഷമിച്ചിരിക്കുക
6. എല്ലാവർക്കും ശല്യമായി തീരുക
7. എപ്പോഴും പരാതി പറഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുക
8. കമ്പനിയുടെ നയങ്ങൾ തെറ്റിക്കുക
9. ഒരുപാട് സംസാരിക്കുക; ഒട്ടും സംസാരിക്കാതിരിക്കുക
10. എപ്പോഴും ഒറ്റയ്ക്കിരിക്കുക

ഈ ലക്ഷണങ്ങളിൽ പലതും നമ്മുടെ ജോലിക്കാർക്കിടയിലുണ്ടെന്നറിയാം. പക്ഷേ, നമ്മളാരും കൂടുതൽ സമയത്തു ഇതിനു പരിഹാരം കാണാറില്ല. ഇതു മനസ്സിലാക്കി കഴിഞ്ഞാൽ, ഇതേക്കുറിച്ചു ചോദ്യങ്ങൾ ചോദിച്ചാൽ പരിഹാരം കാണുക എളുപ്പമാണ്. കണ്ടിട്ടും കാണാത്തതുപോലെ തല പൂഴ്ത്തിയിരുന്ന് തൊഴിലാളികളെ പ്രശ്നത്തിലാക്കാൻ ഇടയാക്കരുത്.

ഒരു ദീർഘശ്വാസമെടുക്കുക; പ്രശ്നത്തിന്റെ ആഴത്തിലേക്ക് ഇറങ്ങിച്ചെല്ലാം. നമുക്കു ആശ്വാസം തോന്നും. തെറ്റു തിരുത്തിയാൽ രണ്ടു പേർക്കും നേട്ടമുണ്ടാകുന്നു. തൊഴിലാളികൾക്കും സ്ഥാപനത്തിനും. അതിനു കഴിയും അതൊരുറപ്പാണ്.

ഒന്നു മുതൽ അഞ്ചു വരെയുള്ള ലക്ഷണങ്ങളാണ് തൊഴിലാളികൾ കാണിക്കുന്നതെങ്കിൽ പരിഹാരം അവരെ ജോലിയിൽ നിന്നും പിരിച്ചു വിടുകയാണ്. ആറു മുതൽ 10 വരെയുള്ള ലക്ഷണങ്ങളാണ് കാണിക്കുന്നതെങ്കിൽ കൗൺസിലിംഗ് നൽകാം.

ബിസിനസ്സിലേക്കു വരുമ്പോൾ മനോഭാവമാണ് ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ടത്. ഒരു ജോലി ചെയ്യുന്നതിനു വേണ്ട പ്രാവിണ്യവും നടപടിക്രമങ്ങളുമൊക്കെ കൂടുതലായി പഠിപ്പിച്ചുകൊടുക്കാൻ കഴിയും. പക്ഷേ ആകർഷകമാകുവാൻ പഠിപ്പിക്കുവാൻ സാധിക്കുകയില്ല. കൂടുതലിഷ്ടയോടെ ആകർഷകമായി പ്രവർത്തിക്കുവാൻ ഒരാളെ പഠിപ്പിക്കുകയെന്നത് ഒരിക്കലും അവസാനിക്കാത്ത ഒരു യുദ്ധംപോലെയാണെന്നാണ് ഞാൻ വിചാരിക്കുന്നത്. കാലം കൂറേ കഴിയുമ്പോൾ നിങ്ങൾക്ക് ഇക്കാര്യത്തിൽ മടുപ്പാകും. അതിനിടയിൽ നിങ്ങളോടെ ഉപഭോക്താക്കൾ നിങ്ങളെ വിട്ടു പോയിരിക്കും.

കയും ചെയ്യുന്നു. പോസീറ്റീവായുള്ള ഒരു സംസ്കാരം വളർത്തിയെടുക്കുക. തൊഴിലാളികൾക്കും ഉപഭോക്താവിനും തൃപ്തികരമായ സേവനം നൽകുക എന്നിവയെല്ലാം ഒരു സംരംഭകൻ നേരിടുന്ന വെല്ലുവിളികളാണ്.

മുഷ്ടി ചുരുട്ടി ആകാശത്തിലേക്ക് എറിഞ്ഞുകൊണ്ട് പല സംരംഭകരും മാനേജർമാരും പറയുന്നത്, അവർക്ക് ഇത്തരത്തിലുള്ള ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസിനെതിരെ ഒന്നും ചെയ്യാൻ കഴിയില്ലെന്നാണ്. എന്നാൽ അങ്ങനെയല്ല. മറ്റേതൊരു കാര്യം പോലെയും ഇതും മാറ്റിയെടുക്കാവുന്നതാണ്. മാനേജർമാർക്കു പരിശീലനം നൽകിയാൽ തന്നെ ഇതിനൊരു പരിധിവരെ പരിഹാരം കാണാൻ കഴിയും.

പരീക്ഷിക്കാം ഈ വഴികളും

ഇനി ഈ കൗൺസിലിംഗും പരിശീലനവുമൊന്നും പരിഹാരം കാണുന്നില്ല എന്നുണ്ടെങ്കിൽ എന്തു ചെയ്യും. ഒരു ഉദാഹരണത്തിലൂടെ പരിശോധിക്കാം. പ്രധാന ജോലികൾക്കെല്ലാം ആശ്രയിക്കുന്ന ഒരു തൊഴിലാളിയുണ്ടെന്നു കരുതുക. മറ്റു വാക്കിൽ പറഞ്ഞാൽ ആ ജീവനക്കാരന്റെ മോശം പെരുമാറ്റവുമായി മുന്നോട്ടു പോകാൻ നിർബന്ധിതനാകുന്നുവെന്നു കരുതുക. അയാൾക്ക് ഇത്തരത്തിലുള്ള ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് ബാധിച്ചു എന്നിരിക്കട്ടെ. അങ്ങനെ വന്നാൽ ആ ജോലിക്കു മറ്റൊരാൾക്കു പരിശീലനം നൽകുക. ഇതു ട്രാൻസ്ഫർ വഴിയോ പുതിയൊരാളെ റിക്രൂട്ട് ചെയ്തോ നിർവഹിക്കാം. താൻ നീക്കം ചെയ്യപ്പെടാൻ പോവുകയാണെന്നു അവൻ ഇതുവഴി മനസ്സിലാക്കുകയും അവനിൽ മാറ്റമുണ്ടാവുകയും ചെയ്യും.

എന്നിട്ടും അവനിൽ മാറ്റമുണ്ടാകുന്നില്ലെങ്കിൽ നിങ്ങളുടെ വഴിക്കു മുന്നോട്ടു പോവുക. അവനോടു പ്രത്യേകം കടപ്പാടുകൾ വച്ചുപുലർത്തേണ്ട ആവശ്യമില്ല.

ഇനി ഇയാളെ ഒഴിവാക്കാൻ പറ്റാത്തതാണെങ്കിൽ അയാളെ ഒറ്റപ്പെടുത്തുക. അയാളെക്കൂട്ടാ

പ്രതിരോധവഴികൾ

തിരിച്ചറിയുക

ആദ്യം ഒരു പ്രശ്നമുണ്ടെന്നു മനസ്സിലാക്കണം. അതു തിരിച്ചറിയണം. സ്ഥാപനത്തിന്റെ എല്ലാ വശങ്ങളിൽ നിന്നും ഇതു മനസ്സിലാക്കിയെടുക്കണം. അതായത്, സപ്ലയർമാർ, ഉപഭോക്താക്കൾ എന്നിവരിൽ നിന്നെല്ലാം വിവരങ്ങളെടുക്കണം.

അന്വേഷണം

മാനേജർമാർക്കാണ് ഇത്തരത്തിലുള്ള പ്രശ്നങ്ങൾ കണ്ടെത്താനും പരിഹരിക്കാനും കഴിയുക. എത്ര വേഗം കണ്ടെത്തി ഇതു പരിഹരിക്കുന്നുവോ അത്ര വേഗം മറ്റുള്ള തൊഴിലാളികളെ ഈ നാശത്തിൽ നിന്നും രക്ഷിക്കാം. അതിനാൽ കഴിവുള്ള മാനേജർമാർക്കു ചുമതലകൾ നൽകുക.

ചികിത്സ

പ്രശ്നം കണ്ടെത്തിയാൽ അതിനുള്ള ചികിത്സ വേണം. ഇത്തരത്തിലുള്ള പകർച്ചവ്യാധികളെ തടയുന്നതിനായി ദിവസവും പോരാടുന്ന മുൻനിരജോലിക്കാർ, മാനേജർമാർ തുടങ്ങിയവർക്കു വേണം ആദ്യം പരിശീലനം നൽകാൻ. രോഗം ബാധിച്ച തൊഴിലാളികളെ കണ്ടെത്താനും അവരെ ഏകാന്ത

വാസത്തിനു വിടാനും പരിശീലനം നൽകി അവരെ തിരികെ കൊണ്ടുവരാനും മാനേജർമാരെ പ്രത്യേകം പഠിപ്പിക്കണം ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് എല്ലാ ദിവസവും വ്യാപിക്കുന്നവയാണ്. അതിനെ തടയാൻ തുടർച്ചയായ പഠനം വേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

മോണിറ്റർ, മോണിറ്റർ, മോണിറ്റർ

പഥ്യാഹാര ക്രമത്തെക്കുറിച്ചു ക്ലാസ് എടുത്തശേഷം വണ്ണം കുറയാൻ കാത്തിരിക്കുന്നതു വിഡ്ഢിത്തമാണ്. കൂടുതൽ ശക്തിപ്പെടുത്തലും പ്രതിരോധം എടുക്കലും പുനപ്തീക്ഷകളും ഇല്ലാതെ സ്കിൽ പരിശീലനം നടത്തുന്നതും അതുപോലെ തന്നെ പരിഹാസ്യമാണ്. കാര്യക്ഷമതയുള്ള മാനേജരെ ശരാശരി പ്രകടനക്കാരിൽനിന്നു വേർതിരിച്ചു നിർത്തുന്ന വൈദഗ്ധ്യം എന്തൊക്കെയാണെന്നു കണ്ടെത്തണം. അവരുടെ ആ പ്രത്യേക കഴിവിനെ വികസിപ്പിക്കുന്നതിനു യോജിച്ച പരിശീലനം ലഭ്യമാക്കണം. ഇതിന്റെ പുരോഗതി മനസ്സിലാക്കാൻ തുടർച്ചയായ പ്രതിരോധവും പോസ്റ്റ് അസസ്മെന്റും നടത്തണം.



വിജയിഭവ...

ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസിൽ നിന്നും മോചിതരായ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ സാമ്പത്തികാരോഗ്യം ശക്തമായിരിക്കും; വിറ്റുവരവു വർധിക്കും; തൊഴിലാളികളുടേയും ഉപഭോക്താക്കളുടേയും കൊഴിഞ്ഞുപോക്കു കുറയും

നല്ല സമയമിപ്പോൾ

ഇതാണ് ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസിനെ ആക്രമിക്കാനും സ്ഥാപനത്തെ വൈറസ് മുക്തമാക്കാനുമുള്ള ഏറ്റവും മികച്ച സമയം. ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് ഇല്ലാത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ എന്നും വളർച്ചയുടെ പാതയിലായിരിക്കും. കാരണം അവർ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത് പോസിറ്റീവായ തൊഴിലാളികളെയാണ്. ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് ബാധിച്ചവരെ തടവിൽ പാർപ്പിച്ചോ അല്ലെങ്കിൽ അവരെ ആരോഗ്യത്തോടെ തിരിച്ചു കൊണ്ടുവന്നോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റുള്ള ജോലിക്കാരെ ബാധിക്കുന്നതിനു മുമ്പേ അവരെ ഇല്ലാതാക്കുന്നതുകൊണ്ടോ ആണ് വളർച്ച നേടുന്നത്.

ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസിൽ നിന്നും മോചിതരായ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ സാമ്പത്തികാരോഗ്യം ശക്തമായിരിക്കും; വിറ്റുവരവു വർധിക്കും; തൊഴിലാളികളുടേയും ഉപഭോക്താക്കളുടേയും കൊഴിഞ്ഞുപോക്കു കുറയും.

തെ മീറ്റിംഗുകൾ വിളിക്കുക. അയാളുമായുള്ള മറ്റുള്ള തൊഴിലാളികളുടെ ബന്ധങ്ങൾ കുറയ്ക്കുക. വീട്ടിലിരുന്നു ജോലി ചെയ്യാൻ ആവശ്യപ്പെടുക. അതുവഴി ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് പരക്കുന്നതു പരമാവധി കുറയ്ക്കാം. മാനേജ് ചെയ്യാൻ പുതിയ വഴികൾ പഠിക്കുന്നതും നല്ല പ്രകടനം കാഴ്ചവയ്ക്കാൻ മെച്ചപ്പെട്ട വഴികൾ തേടുന്നതും ചോയ്സ് അല്ല ഏറ്റവും അത്യാവശ്യമാണ്. ഏറ്റവും മുകളിൽ നിന്നും നല്ല മനോഭാവങ്ങൾ ആരംഭിക്കണം. ജോലിയോടുള്ള മനോഭാവം മാറണം. പ്രവർത്തന മികവ് കൂട്ടുക, ജോലിഭാരം കൂടുക എന്നിങ്ങനെ സമ്മർദ്ദങ്ങൾ വന്നാൽ ജോലി സ്ഥലത്തെ ടെൻഷൻകൂടും. തൊഴിലാളികൾക്ക് ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ സമ്മർദ്ദത്തിൽ ജോലി ചെയ്യാനുള്ള അവസരം ഉണ്ടാക്കുന്നതിൽ ഉടമകൾ ശ്രദ്ധ നൽകണം. അത്തരത്തിലുള്ള നയങ്ങളും സംവിധാനങ്ങളും ഒരുക്കണം. തൊഴിലാളികളുടെയും ഉപഭോക്താക്കളുടേയും ആവശ്യങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ നൽകിക്കൊണ്ടു സൃഷ്ടിക്കുന്ന അനുകൂലാന്തരീക്ഷം മാത്സര്യത്തിന്റെ വിപണിയിൽ ബിസിനസിനെ വേർതിരിച്ചു നിർത്തും.

എങ്ങനെ അറിയും?

ആറ്റിറ്റുഡ് വൈറസ് നിങ്ങളുടെ സ്ഥാപനത്തെ ബാധിച്ചോ എന്ന് ഒരു സൂക്ഷ്മ പരിശോധനയിലൂടെ കണ്ടെത്താനാകില്ലായിരിക്കാം. പക്ഷേ, മണത്തറിയാമെന്നു ഞാൻ ഊഹിക്കുകയാണ്. കാരണം അതു ബാധിച്ചാൽ എങ്ങനെയെങ്കിലും അതു പുറത്തു വരാതിരിക്കില്ല.

ഉപഭോക്താക്കളാണ് നിങ്ങളുടെ സാരഭരണ നിലനിർത്തുന്നതെന്ന തിരിച്ചറിവുണ്ടാകേണ്ട സമയമിതാണ്. അവരില്ലാതെ നിങ്ങളുടെ ബിസിനസ് നിലനിൽക്കില്ല. അവരെ എങ്ങനെ നോക്കുന്നതായിരിക്കണം നിങ്ങളുടെ ചിന്ത. അതിനു നിങ്ങളുടെ തല ഉപയോഗിക്കണം. അവരെ കൂടെ നിർത്താൻ സാധിച്ചാൽ അവരാരും നിങ്ങളുടെ വക്താക്കൾ. അവർ എപ്പോഴും അവരുടെ അനുഭവത്തെക്കുറിച്ച് മറ്റുള്ളവരോടു പറഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കും.

ഉപഭോക്താക്കളുമായി സംവദിക്കാനും അവരുടെ അരികിലെത്താനുമുള്ള സമയം ഇപ്പോഴാണ്. അങ്ങനെ ചെയ്യുമ്പോൾ അവരെ നിങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കുന്നുവെന്നു ഉറക്കെ പറയുന്നതുപോലെയാണ്. അവർ ഏതെങ്കിലും സാധനത്തിനു ഓർഡർ നൽകുന്ന സമയം വരുമ്പോൾ അവർ അതു നൽകുക നിങ്ങളുടെ കമ്പനിക്കായിരിക്കും; നിങ്ങളുടെ എതിരാളിയുടെ കമ്പനിയിൽനിന്നായിരിക്കുകയില്ല. ഒരിക്കൽ അവർ ഓർഡർ നൽകിയാൽ നിങ്ങൾക്കു പേമെന്റ് കിട്ടുന്നു.

അതേ, ഉപഭോക്താവാണു നിങ്ങളുടെ ശമ്പളം നൽകുന്നത്!