

Marketer`s Digest



No more!

Стандарты клиентоориентированной компании



*Храни порядок и порядок
сохранит тебя
Древнеримская
пословица*

Как вы уже догадались из названия статьи, сегодня мы поговорим о стандартах и правилах работы клиентоориентированной компании. Мы рассмотрим:

- Для чего нужны клиентоориентированные стандарты и правила работы
- Какие выгоды получает Клиент и компания, которая работает по клиентоориентированным стандартам
- Что происходит, если стандартов нет
- Что обязательно должны включать в себя клиентоориентированные стандарты
- Как создать и внедрить клиентоориентированные стандарты

Но сначала вернемся к моей статье из предыдущего номера *Marketer's Digest*. В конце статьи был вопрос: «Кто из отечественных авторов впервые поднял тему клиентоориентированности?»

Правильный ответ: Игорь Манн.

Наверняка у Читателей может возникнуть вопрос, почему я начал рассматривать создание клиентоориентированной компании со стандартов, и почему они так важны? На это есть несколько причин:

Во-первых, стандарты работы являются ориентиром по достижению целей для компании. Они работают как платформа для подбора хорошего персонала, а также для поддержания имиджа компании.

Во-вторых, стандарты работы позволяют оценить правильность действий компании, соответствие ее деятельности поставленным целям и задачам. Стандарты позволяют регулировать заданный уровень сервиса, качество продуктов и услуг, работу с Клиентами, внутренние коммуникации, уровень прибыли и издержек, эффективно использовать рабочее время.

В-третьих, стандарты помогают регулярно выполнять работу хорошо с первого раза и предотвращать любые возможные отклонения. Как говорил знаменитый японский специалист в области качества Геничи Тагучи: «Чем больше отклонений вы можете исключить, тем лучше будет ваш продукт или услуга».

В-четвертых, создание клиентоориентированных стандартов является первым шагом к формированию соответствующей корпоративной культуры.

Очень интересную статистику на этот счет приводит известный американский консультант Боб Файфер. По его мнению компании, которые соблюдают задекларированные стандарты работы, получают на 70% больше прибыли, чем компании, у которых стандарты работы не соблюдаются.

Можно много говорить о пользе соблюдения стандартов работы для компании, об их регулирующей функции, но какие же выгоды получает от этого Клиент?

В случае же отсутствия или несоблюдения установленного регламента работы бизнес-процессы в компании происходят стихийно. Вы легко можете узнать такую компанию по следующим фразам ее сотрудников: «Почему это должен делать я?», «Это не моя работа», «Я не собираюсь тратить на это время».

Также все вышеперечисленные выгоды от соблюдения клиентоориентированных стандартов могут обернуться против компании в случае их отсутствия. Самым же опасным фактором отсутствия клиентоориентированных стандартов работы для компании является потеря своих Клиентов, а, соответственно, и прибыли!

Итак, мы определились, что клиентоориентированные стандарты должны быть. Что они могут включать в себя?

- Полномочия и обязанности сотрудников. При этом любой сотрудник компании, контактирующий с Клиентами, должен иметь полномочия решить проблему Клиента;
- Взаимодействия между отделами компании;
- Перечень минимально необходимой информации, которую сотрудник компании должен пре-





Клиент понимает свою значимость и важность своего мнения



Клиент знает к кому обратиться в случае возникновения проблемы, и уверен, что ее решат



Клиент знает, сколько времени занимает обслуживание в вашей компании



Клиент знает, что его всегда хорошо обслужат



Клиент понимает все выгоды и преимущества работы с вашей компанией



Клиент чувствует уважение к себе и заботу о своих интересах



Клиент чувствует стабильность и уверенность



Клиент видит, что вы обеспечиваете ему максимальный комфорт в работе



Клиент никогда не сожалеет о совершенной у вас покупке и заключенной сделке



Клиент понимает, почему, и за что, он платит вашей компании дороже

доставить Клиенту о компании, об ее продуктах и услугах, условиях сотрудничества;

- Правила обслуживания Клиентов;
- Механику обработки заказа и его выдачи Клиенту;
- Получение информации о Клиенте и занесение ее в базу данных;
- Программы лояльности для Клиентов;
- Послепродажное сопровождение Клиента, поздравления Клиентов с праздниками;
- Фирменный стиль и правила оформления внутренних и внешних документов;
- Дресс-код;
- Длительность 1 операции;
- Скорость реакции на поступивший запрос;
- Урегулирование конфликтных ситуаций;
- Круглосуточная доступность Клиенту.

Список вы можете дополнить: подумайте, что именно можно стандартизировать на благо Клиента и компании! А посмотреть на стандарты работы менеджера по продажам VIA GmbH вы можете [здесь!](#) Как только вы определились, какие стандарты ра-

боты можно сделать более клиентоориентированными, переходим к самому главному – внедрению и контролю соблюдения правил!

Этот процесс представлен в виде инфограммы

Я хочу подробнее остановиться на нескольких аспектах:

- Обязательно зафиксируйте в письменном виде новые стандарты работы. Помните – что не написано, того нет;
- Опубликуйте и доведите до своих Клиентов новые стандарты работы Вашей компании. По замерам американских психологов, 89% людей, давших публичные обязательства, склонны их соблюдать. Вы тоже не захотите упасть лицом в грязь, верно?
- Вы однозначно столкнетесь с нежеланием определенных сотрудников соблюдать новые правила. Единственный выход их ситуации – увольнять их, а не тратить время и силы на переубеждения и обучение. Новые сотрудники будут приходиться работать уже согласно новым клиентоориентированным правилам;
- Новые клиентоориентированные стандарты работы должны соблюдать абсолютно все,

включая топ-менеджеров. Помните поговорку «Рыба гниет с головы»? Если вы как руководитель позволяете себе отклоняться от соблюдения правил, ваши сотрудники с удовольствием будут подражать вам!

- Соблюдение клиентоориентированных стандартов всеми сотрудниками, по мнению знаменитого американского психолога Роберта Чалдини, позволяет запустить правило «социального доказательства». Принцип этого правила гласит: чем большее число людей находит данную идею верной, тем более верной будет считаться эта идея. А это означает, что соблюдение клиентоориентированных правил формирует клиентоориентированную культуру;
- Обязательно контролируйте соблюдение стандартов. Только таким образом вы сможете внедрить клиентоориентированность и держать развитие компании в нужном русле. Но при этом оценивание и анализ соблюдения клиентоориентированных стандартов работы не должно занимать у сотрудников много времени. Упростите критерии оценки и оценивайте только важные показатели!

В завершении статьи я предлагаю проверить свои знания коллегам-маркетерам.

Вопрос: Кто является автором знаменитого высказывания «Любезное обращение с людьми – это только 20% хорошего обслуживания. Более важная часть – это разработка технологий и систем, которые позволяют сделать работу хорошо с первого раза. Никакие улыбки не помогут вам, если ваш продукт или услуга не устраивают вашего клиента»?

Правильный ответ, а также статья о том, как создать клиентоориентированный продукт или услугу, будут опубликованы в следующем номере Marketer's Digest – не пропустите!

Уважаемые читатели, свои ответы, мнение о статье и замечания отправляйте мне на e-mail: [Andriy.Zinkevich@gmail.com!](mailto:Andriy.Zinkevich@gmail.com)

Маркетингово ваш,

Андрей Зинкевич
менеджер по развитию дистрибуции
в Украине, компания VIA GmbH
andriy.zinkevich@gmail.com
Киев

Внедрение клиентоориентированных стандартов работы

