



ДАРЬЯ СИБРИКОВА

Менеджер
по обучению группы
компаний "Интерсвязь"
(г. Челябинск)

ОДИН НА ДЕСЯТЕРЫХ

Ценность одного
клиентопонимающего
сотрудника для всей
компании

Дело было 7 лет назад. Мне нужны были новые очки, за которыми я пошла в магазин N. Очки брендовые, как и сам салон. Покупатели - все очень важные персоны. В VIP-зале очки были от 15 000 рублей, что для 2006 года было дорого. В общем, все очень "luxury".

Я тогда ходила в простых джинсах да с рюкзачком в клубничку. Так что на «VIP» не претендовала даже близко. И все же решила себя побаловать дорогими солнцезащитными очками.

Думаю, многие из нас хоть раз бывали в подобных бутиках... и чувство-

вали себя неловко. С легкой опаской, крадучись, я вхожу в магазин. Потихоньку смотрю витрины. В этот момент ко мне подходит консультант. Зовут Вера.

И уже через минуту я с облегчением выдыхаю. Вера оказалось со-

трудником, вдохновленным своей работой. Она рассказывает мне об оправках, линзах, предлагает разные модели, дает ценные советы. А главное – делает это просто, легко!

Общаться было комфортно: Вера не оценивала мой возраст или внешний вид. Она работала со мной. Сводила в зал с очками за 20 000 рублей просто потому, что мне стало интересно. Я думаю, консультант прекрасно понимала, что я не могу себе их позволить. Тем не менее, Вера не пыхтела, делая мне одолжение. Она с очевидным удовольствием и, я бы сказала,

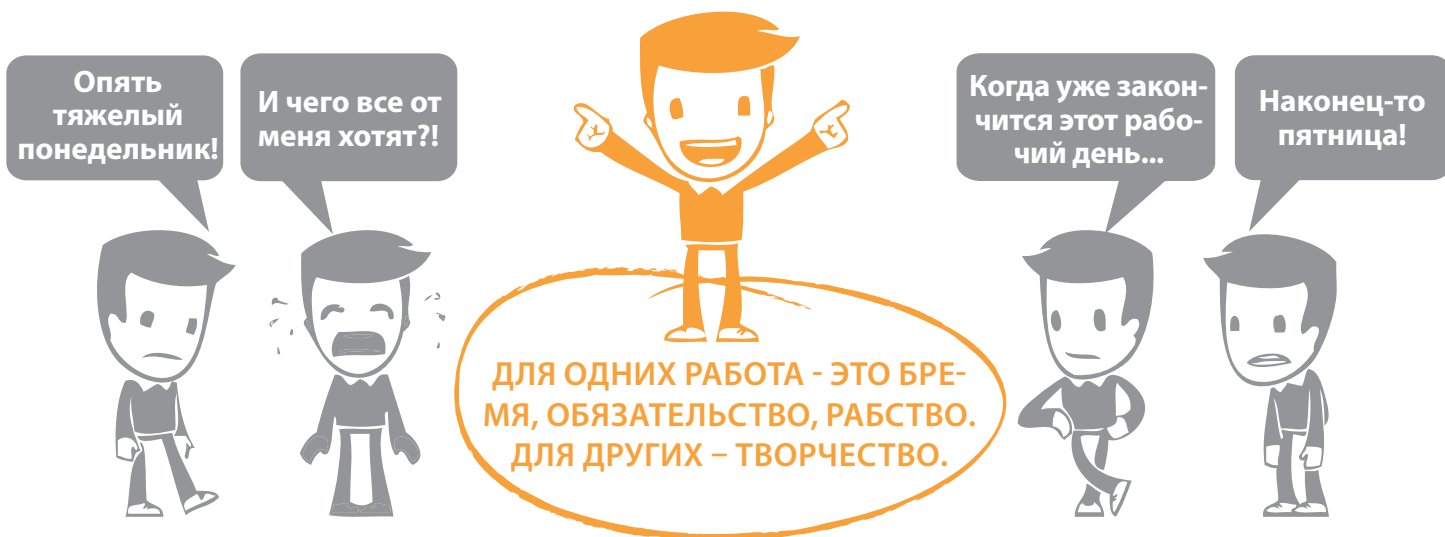
наслаждением показывала стекла, аксессуары, поясняла нюансы.

Консультант уделила мне более получаса. Я ушла безумно довольная покупкой. Очки эти ношу до сих пор. Более того, те 30 минут сделали меня постоянным клиентом этой компании с целой сетью салонов, где я и по сей день заказываю очки.

Продолжение наших взаимоотношений с оптикой оказалось не столь радужным. Сервис, в целом, там был не ахти какой приветливый. Я продолжала пользоваться услуга-

ми, потому что заработала скидку 10%. Однажды надменная девица-консультант в одном из магазинов сети сказала, что мне не смогут починить очки, купленные здесь же месяца два назад. Стало обидно.

Очки остались сломанными. А я пошла в тот самый первый магазин, с которого началось мое знакомство с компанией N, с целью в последний раз узнать, починят ли мне мои очки, а в случае отказа, гордо швырнуть им карту постоянного клиента. И ноги моей не будет больше на территории обидчика!



Но мне навстречу выходит та самая Вера! Я вижу, ей, действительно, нравится эта работа: ее никто не заставляет вдохновенно рассказывать об изгибах оправ, просто она и не представляет, что можно общаться с покупателем как-то иначе.

Очки она мне починила за 5 минут и бесплатно, потому что поломка была символическая – винтики подкрутить. Подобрала мне новые красивые очки, дала скидку 30%, купон на розыгрыш автомобиля, и – самое главное – она посвятила мне свое время. Не торопила, отвечала на все вопросы, просчитала стоимость

всех вариантов линз и объяснила разницу между ними, что очень важно. Подождала, пока я проверю зрение и подберу линзы. Вера сделала так, чтобы я снова стала постоянным клиентом компании N. Точнее, ее клиентом.

«Мораль басни»: один клиентопнимающий сотрудник может обеспечить стабильных клиентов и стоит десятка средненьких тоскливых рабочих единиц. Один клиентопнимающий сотрудник может вывести компанию на новый уровень сервиса и привлечь новых и преданных клиентов.

Увы, обучить «вдохновению» практически невозможно, заразить им непросто. Порой для этого нужно менять отношение к жизни в целом. Для одних работа - это бремя, обязательство, рабство. Для других – творчество. Вспомните своих сотрудников: у кого в соцсетях есть высказывания о тяжелой рабочей неделе – «наконец-то пятница!» или «тяжелый понедельник»? Вот это и есть сотрудники, работающие работу. Не более. И у нас не должно быть иллюзий: таких людей во многих коллективах всегда будет большинство. Человек Вдохновленный встречается один на десятиях.

Для таких людей общение с клиентами – интерес и самоутверждение. Для них не так важны содержание и сфера деятельности. Они находят вдохновение во всем! Философски подходят к работе: они понимают не просто клиентов, они понимают людей, пришедших к ним.

И если большинство продавцов работают с клиентами, то Вера рабо-

тает с людьми. Ей самой интересно делиться информацией, показать, что ее так вдохновляет, сделать каждому человеку, пришедшему к ней, лучше – в самом чистом и бескорыстном понимании этого слова.

Я работаю в крупной телекоммуникационной компании. Моя коллега Анна разбирает конфликтные случаи и претензии. Она представляет,

что клиент к ней пришел в ужасно неудобных туфлях, поэтому и кричит – ему же больно. А Анна своей консультацией подает ему мягкие домашние тапочки. Вот он сейчас их наденет – и успокоится. Уютно, тепло и не больно.

Ее никто этому не учил. Она сама по себе человек «в плюшевых тапочках» – такое у нее отношение к жиз-



ни, работе и клиентам. Анна вдохновляется прежде всего работой и является ценностью компании. У нее даже есть постоянные клиенты, которые приходят только к ней, как я теперь буду делать заказы только у Веры.

Неискренняя, вынужденная забота, наоборот, отталкивает. В очереди в банке вы спрашиваете девушку, которая работает с другим клиентом, примерно через сколько она освободится – чтобы понять, успеете ли перепарковать машину, наскоро оставленную на тротуаре. И получаете не

особо вежливый ответ: «Вы что, не видите, я с клиентом работаю!».

Но как только вы садитесь перед ней, дождавшись своего законного права на ее внимание, попадаете в параллельную Вселенную. Консультант с вами мила, приветлива и улыбочива. До этого вы были просто человек, а теперь стали Клиентом. Остается неприятный осадок,

и ваша приверженность компании постепенно тает.

Да, невозможно подобрать штат из Вдохновленных Людей. И все же, если среди ваших сотрудников есть хоть один такой человек, цените его особенно. Именно такие сотрудники создают репутацию компании, привлекают и удерживают клиентов, работают на наше имя. Не гасите вдохновение этого человека, не закопайте его в рутину, и он будет каждый день укреплять ваш бизнес своей трепетной любовью к делу, вашему продукту и к людям. 