



## Джон Шоул Сервисный миссионер

*Джон Шоул — один из самых высокооплачиваемых в мире консультантов, советам которого неукоснительно следуют General Electric, Amazon, Kodak, Disney, а также наш «Сбербанк», — как и полагается американскому бизнес-проповеднику, знает, как построить успешный бизнес.*

1. Верьте в себя. Единственные ограничения, которые существуют, мы придумываем себе сами. Успеха добивается только тот, кто видит свой потенциал.
2. Читайте книги и посещайте тренинги по лидерству. Когда мне исполнилось 22 года, я завел правило читать 1–2 книги в месяц — причем не художественную литературу, а издания по бизнесу и развитию лидерства. К 30 годам я заработал свой первый миллион. Но даже сейчас, по прошествии многих лет, я следую заведенному правилу и всегда нахожу что-то новое.
3. Развивайте сотрудников. Дайте им мыслить глобально. В России, к сожалению, еще многие мыслят мелко — у людей нет мечты и веры в себя. Продуктивные сотрудники — ваш главный актив — для жизнеспособности бизнеса необходимо освобождать людей от оков условностей и страхов, в которые они сами же себя и заключили.
4. Станьте лидером в обслуживании клиентов. Сосредоточьтесь на мыслях том, как удержать клиентов и заставить их самих рассказывать о вашей компании. «Сарафанное радио» в 10 раз дешевле рекламы и в 10 раз эффективнее. Пора избавиться от советского мышления и признать, что у клиента всегда есть выбор и он может оказаться не в вашу пользу.
5. Измените вашу бизнес-парадигму. Ответьте для себя на вопрос: вы работаете в розничной торговле, банковском деле, строительстве или, может быть, в сфере услуг? Все великие компании знали, что они в первую очередь работают в сфере обслуживания клиентов, и только потом продают различные товары и услуги.
6. Воспринимайте обслуживание клиентов как стратегию. Будьте не как все. Сосредоточьтесь на удержании клиентов. Сделайте все, чтобы опыт общения с вашей компанией заставил их остаться с вами навсегда. Вам нужны не просто клиенты, а фанаты вашего бизнеса.
7. Измените или просто отмените все дурацкие правила, которые могут отпугнуть клиентов. Многие из них были созданы для вашего удобства, но не для удобства клиентов. Научитесь доверять клиентам. Обычно компании разрабатывают правила, которые сохраняют только 2 % клиентов, в то время как оставшиеся 98 % уходят, лишая вас возможности заработать.
8. Сформулируйте и напишите ваши личные цели и цели вашего бизнеса, а затем разработайте план, как их достигнуть. Цели должны быть конкретными, реалистичными и иметь заданные сроки. Пересматривайте написанные цели каждую неделю. Я составляю для себя план каждый год вот уже более 40 лет. К 1 января у меня всегда готов список целей по всем аспектам моей жизни — финансы, семья, социальная сфера, здоровье, саморазвитие. Я уверен, что мысли материальны: напишите свой личный план и работайте над его реализацией. Инвестиции в себя являются самыми надежными.
9. Мыслите широко: сравнивайте себя только с лучшими в мире. Например, мой друг Вернон Хилл открыл в Лондоне новый банк, MetroBank, в июле 2010 года, и они уже добились 82 %-ной узнаваемости бренда почти без рекламы — за счет отличного сервиса и «сарафанного радио». Такими темпами через 10 лет они займут 10 % мирового финансового рынка.
10. Стройте бренд вокруг сервиса — это увеличивает стоимость бизнеса на 25 %. Такие компании, как Wal-Mart, ориентированы на низкие цены для покупателей. Да, при бывшем CEO Ли Скотте Wal-Mart удалось увеличить доход на 200 млн долларов, но при этом они потеряли 95 млрд долларов рыночной стоимости. Обратный пример: тот же Вернон Хилл в 2007 году продал основанный им американский CommerceBank за цену, в 474 раза превышающую сумму первоначальных инвестиций, — созданный им бренд был построен на сервисе, и Хилл как президент банка понимал важность стратегического подхода к обслуживанию клиентов. Вывод очевиден.