

11.05.2010 Анонс «Экономической газеты» № 35 за 11 мая 2010 года ▾

04.05.2010 «БЕЛАГРО» ждет гостей ▾

30.04.2010 БЕЛУРСКИЙ ПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ - 2010 ▾

20.04.2010 **Дайте Маше еще один шанс...** ▾



12 мая 2010	Нац. банк	Покупка	Продажа
Евро	3807.37 ↑	3756.00 ↓	3834.50 ↓
Доллар США	2985.00	2980.50 ↑	3005.00
Российский рубль	98.32 ↑	97.15 ↑	99.90 ↑



Авторизация

Логин

Пароль

[Забыли пароль?](#)



[Зачем нужна регистрация?](#)

Форумы

[Обсуждение материала «Труд и отды инвалидов» \[9\]](#)

[Обсуждение материала «АЭС построить — не дорогу перейти» \[3\]](#)

[Обсуждение материала «Мировые рынки» \[4\]](#)

[Обсуждение материала «Между станком и Интернетом» \[5\]](#)

[Обсуждение материала «ФЕРМЕРСКАЯ ДОЛЯ» \[3\]](#)

[Обсуждение материала «МЕСТА НАДО ЗНАТЬ» \[3\]](#)

[Обсуждение материала «Юридический бизнес приглашается к диалогу и консолидации» \[7\]](#)

[Обсуждение материала «Честная бедность» \[3\]](#)

[Обсуждение материала «Чтобы справедливость восторжествовала» \[7\]](#)

[Обсуждение материала «И возместить ущерб обязан» \[7\]](#)

[Выпуск газеты №34\(1351\) от 07.05.2010 / информация](#)

На белорусскую почву

[Версия для печати](#)

Бизнес-консультант по внедрению стратегии сервисного обслуживания Джон Шоул на семинаре в Минске не только рассказал, как привлечь клиентов, но и поделился своими впечатлениями о посещении нашей столицы.

Как и все приезжие, он обратил внимание на то, что Минск — красивый и ухоженный город. Другое дело — как встречают гостей. По словам Шоула, «сервис здесь очень медленный и слабый». Ему пришлось больше часа ожидать в гостинице специалиста, который должен был обеспечить доступ компьютера в Интернет. «А при входе в казино у меня зачем-то потребовали паспорт и сфотографировали. При этом в зале не было ни одного игрока. К чему такие меры? Владельцам не нужны клиенты? — недоумевал гость. — Если бы подобные правила ввели в Лас-Вегасе, казино обанкротились бы за неделю». В Беларуси, по его мнению, «слишком много лишних правил и процедур».

Очень сложно получить белорусскую визу. Упрощение визового режима, считает Шоул, содействовало бы росту числа туристов. Но пока «все эти причудливые бланки для заполнения» вообще могут отбить охоту ехать в страну.

«Мне кажется, что власть здесь не очень заинтересована в налаживании контакта с гражданами», — отметил он. В США органы госуправления штатов постоянно поддерживают связь с населением. Например, ответ на письменное обращение через Интернет обычно можно получить в течение нескольких часов, но не позднее девяти вечера того же дня. «То же самое должно быть и в Минске», — сказал Дж. Шоул.

Прозвучала критика и в адрес американского клиентского сервиса, который «пока не на высшем уровне, но постепенно перестраивается». Многие компании переходят на круглосуточный режим работы. Так, в нью-йоркском филиале TD-банка, куда он позвонил в три часа ночи, оператор ответил после первого гудка. Оказалось, в ночную смену там работало около 40 человек. Консультант отметил, что, по данным соцопросов, лишь 3% вкладчиков банков привлекает уровень ставок, а 62% — уровень сервиса.

Фирмы также сокращают время обслуживания, расширяют каналы связи с клиентом, создают «эмоциональную привязанность».

Белорусским предприятиям тоже надо срочно внедрять клиентский сервис, считает Дж. Шоул. Потребители обожают быстрое и качественное обслуживание, но в Беларуси они его еще не видели. Причем похожая ситуация на всем постсоветском пространстве.

Эксперты утверждают, что внедрение метода первоклассного обслуживания увеличивает доход компании в среднем на 25%. «Самый высокий уровень сервиса, — говорит Дж. Шоул, — это знание всех

клиентов поименно. А самый дешевый и эффективный маркетинг — устное общение». От 54% до 70% недовольных покупателей или заказчиков становятся лояльными к компании, если их жалобам уделено должное внимание, а если последовала быстрая реакция на претензию — до 95%. Надо помнить, что 19 из 20 недовольных посетителей не жалуются на плохое обслуживание, 14 из них просто не возвращаются.

По мнению г-на Шоула, до сих пор директора много средств тратят на оборудование и забывают об инвестициях в обучение персонала, мало внимания уделяют кадрам. Есть универсальная модель: 20% работников, как правило, являются лидерами, они хотят больше зарабатывать, строить карьеру, могут принимать самостоятельные решения и рисковать. Они требуют особого отношения и поощрения. Сотрудники среднего уровня (таких 70%) нуждаются в постоянной мотивации, их надо учить, помогать развивать лидерские навыки. От работников низкого уровня (10%) следует избавляться.

«Эти идеи не совсем новые для нас, — считают представители объединения АРМТЕК, организовавшего семинар. — Нам казалось, что клиентский сервис еще рано внедрять в Беларуси. Сейчас его время пришло. Если не начать действовать сегодня, то завтра это сделают конкуренты».

По словам специалиста по маркетингу ОАО «Автопромсервис» Ирины Гайко, не все рекомендации американского гуру применимы на нашем рынке, но кое-что уже используется. Например, проводится постсервисное анкетирование клиентов, предоставляются скидки, рассылаются поздравления с праздниками.

Елена ПЕТРОШЕВИЧ

Комментарии

Автор:

[Все рубрики газеты](#) » [Архив номеров](#) »

 [Статьи в формате RSS](#)

Б И З Н Е С
ИНФОРМ

www.b-info.by

ASTRONIM ★

© «Экономическая Газета», 2002—2010

При полном или частичном использовании материалов ссылка на «ЭГ» обязательна.

Пишите нам: info@neg.by