

«Ποιος είναι πιο σημαντικός σε μια συναλλαγή: Εσείς ή ο πελάτης σας;»

Εάν βιαστήκατε να απαντήσετε «ο πελάτης»... συνεχίστε να διαβάζετε. «Εάν βρισκόσασταν απομονωμένοι κάπου, και ένας από τους δύο έπρεπε να πεθάνει, ποιος θα θέλατε να είναι, ο πελάτης ή εσείς;». Κάπως έτσι, ο Jeffrey Gitomer απέδειξε ότι ο πιο σημαντικός σε αυτή τη σχέση είστε εσείς! «Πρέπει να πάρετε την κατάσταση στα χέρια σας, εσείς έχετε την ευθύνη, γιατί εσείς είστε ο πιο σημαντικός παράγοντας της σχέσης πελάτη-εταιρείας. Εσείς!»

της **Ιωάννας-Αλεξίας Μπέτσον**, Operations & Development Manager,
Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών, betsis@customerservice.gr



Στην κατάμεστη αίθουσα του κτήματος Πεντελικών διεξήχθη το 2ο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής στην Εξυπηρέτηση Πελατών, από το **Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ)**. Αντικείμενο του Συνεδρίου ήταν η πρακτική και ολοκληρωμένη προσέγγιση του ζητήματος της Αφοσίωσης και Διατήρησης Πελατών (Customer Loyalty & Retention) μέσα από τις γνώσεις και τις εμπειρίες, που μοιράστηκαν με τους συνέδρους, καταξιωμένα στελέχη από το ελληνικό και το διεθνές επιχειρηματικό στερέωμα.

Την έναρξη του συνεδρίου κήρυξε ο Υφυπουργός Ανάπτυξης κ. Ιωάννης Παπαθανασίου, ενώ κεντρικός ομιλητής ήταν ο κ. **Jeffrey Gitomer**, διεθνούς φήμης συγγραφέας, δημοσιογράφος, ερευνητής και σύμβουλος σε θέματα Εξυπηρέτησης Πελατών και Πωλήσεων. Η ομιλία του Jeffrey, «Η ικανοποίηση του πελάτη δεν έχει αξία, η πίστη του πελάτη είναι ανεκτίμητη», επικεντρώθηκε στο πώς μπορούμε να επιτύχουμε την αφοσίωση των πελατών μας. «Η αφοσίωση κερδίζεται, δε δωρίζεται» τόνισε με έμφαση. Για να επιτευχθεί η αφοσίωση θα πρέπει να φερόμαστε στους

εργαζομένους –τους εσωτερικούς μας πελάτες- καλύτερα από ό,τι φερόμαστε στους εξωτερικούς μας πελάτες!

Πρέπει να εμψυχήσουμε στους εσωτερικούς μας πελάτες **θετική διάθεση και υπερηφάνεια**, τότε μόνο μπορούμε να μιλάμε για εξαιρετική εξυπηρέτηση. Η διάθεση και η εκπαίδευση μας δίνουν την κοιλτούρα της εταιρείας. Είναι «το πρόσωπο» της εταιρείας μας. Η εξαιρετική απόδοση προϋποθέτει εξαιρετική διάθεση. Όλοι γεννιόμαστε με θετική διάθεση απλά μερικοί από εμάς δεν το γνωρίζουμε! Εάν η θετική διάθεση δεν αποτελέσει μέρος της εταιρικής κοιλτούρας τότε θα πρέπει να αλλάξει η κοιλτούρα! Δημιουργήστε **εταιρικές αξίες** (core principles) και όχι εταιρικές πολιτικές (company policies). Οι εταιρικές αξίες είναι τα γράμματα της αλφαβήτου που δημιουργούν τη λέξη που μας αντιπροσωπεύει ως εταιρεία. Ας μη ξεχνάμε άλλωστε, ότι είμαστε ικανοί να θυσιάσουμε για τις αξίες μας, αλλά όχι για τις διαδικασίες και τις πολιτικές κάποιων.

Η εταιρική πολιτική είναι ένα σύνολο από κανόνες ... ξύλινη γλώσσα που πρέπει να αποφεύγουμε. «Ένας απλός κανόνας είναι να **μη χρησιμοποιείτε όρους που δε θα χρησιμοποιούσατε εάν μιλούσατε με τη γιαγιά σας!**» συνεχίζει ο Jeffrey, εξηγώντας: «Δε θα λέγατε ποτέ στη γιαγιά σας 'αυτό δεν είναι μέσα στην οικογενειακή πολιτική' ή 'αυτή, γιαγιά, δεν είναι η διαδικασία'. Πατι

λοιπόν να το πείτε στους πελάτες σας;» Οι κανόνες έχουν γραφτεί για να γνωρίζουμε τι δε μπορούμε να κάνουμε.

Αφαιρέστε τις αρνητικές εκφράσεις που υπάρχουν μέσα στις διαδικασίες και οδηγίες της εταιρείας σας και αντικαταστήστε τις με θετικές. Θετική διάθεση είναι η δυνατότητα να σκεφτόμαστε, να ακούμε, να μιλάμε και να αντιδρούμε με θετικό τρόπο. Να βλέπουμε την ευκαιρία όταν βρισκόμαστε αντιμέτωποι με εμπόδια. Επικεντρωθείτε στα παράπονα των πελατών σας, δείτε τα ως ευκαιρία, αναλύστε τα και ενδυναμώστε τους εργαζομένους, ώστε να μπορούν να αντεπεξέλθουν στις προκλήσεις. Οι μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, υποστηρίζει ο Jeffrey, ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στην παραγωγή και προβολή μιας, 60-δευτερολέπτων, διαφήμισης από ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για ένα ετήσιο πρόγραμμα ανάπτυξης στην εξυπηρέτηση πελατών. Ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στην εξυπηρέτηση «υπόσχεση» (lip service) από ό,τι στην εξυπηρέτηση «πελατών.» Η ερώτηση λοιπόν είναι: **Στη δική σας εταιρεία, ο προϋπολογισμός διαφήμισης είναι αντίστοιχος του προϋπολογισμού της δια στόματος διαφήμισης;**

Υπάρχουν εταιρείες που βάζουν στοίχημα με τον εαυτό τους και στις περιπτώσεις που δε μπορούν να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις τους, τους κάνουν ένα δώρο. Δώστε τη δυνατότητα στους εργαζομένους σας να ρισκάρουν! «Στη δική μου εταιρεία» μας λέει ο Jeffrey χαρακτηριστικά, «όταν κάποιος κάνει λάθος του δίνω 100 δολάρια. Έτσι, δε φοβούνται να κάνουν λάθος, δε φοβούνται να ρισκάρουν και πιστέψτε με, δεν επαναλαμβάνουν το λάθος». Μην απολύσετε τον μη αποτελεσματικό εργαζόμενο. «Πυροβολήστε» τον άνθρωπο που τον εκπαιδεύει -ή που δεν τον εκπαιδεύει καθημερινά.

Τρεις επιτυχημένες στρατηγικές για να δημιουργήσετε μια εκπληκτική ομάδα από υπεύθυνους φανατικούς στην εξυπηρέτηση

1. Προσλαμβάνετε χαρούμενους ανθρώπους και βοηθήστε τους «μη χαρούμενους» να βρουν εργασία στους μεγαλύτερους ανταγωνιστές σας! «Η φιλικότητα είναι το επίκεντρο της εταιρείας σας. Είναι

όμως ένας σπόρος που, για να αναπτυχθεί, πρέπει να καλλιεργείται καθημερινά.»

Η αξία της φιλικότητας ξεπερνάει κάθε μέγεθος μέτρησης. Δεν έχει κόστος και αξίζει μια περιουσία! Είναι η πιο κολλητική αρρώστια -κολλήστε την και εσείς! Δώστε «χώρο» στους εργαζομένους σας και δεσμεύστε τους, κάνοντάς τους συνείδητους στην προσφορά εξυπηρέτησης υπεροχής. Ζητήστε τη συμβουλή τους. Πολλές φορές, γνωρίζουν περισσότερα για τη φύση της εργασίας από ό,τι ο επικεφαλής της εταιρείας.

- Επιτρέψτε τους να αναπτύξουν «βέλτιστες απαντήσεις» σε επαναλαμβανόμενα προβλήματα.
- Ενθαρρύνετε τους να αναπτύξουν «βέλτιστες απαντήσεις» σε επαναλαμβανόμενες συναλλαγές.

2. Παρατηρήστε και καταγράψτε τη συμπεριφορά σας, όπως και εκείνη των συνεργατών σας, μια φορά την εβδομάδα. Παρατηρήστε τον τόνο της φωνής σας. Το πώς ακούγεστε. Το πώς αναλαμβάνετε ευθύνη και το πώς αντιδράτε, πώς ανταποκρίνεστε. Θα θέλατε να εξυπηρετηθείτε από έναν επαγγελματία με τη δική σας συμπεριφορά; Θα αγοράζατε από την εταιρεία σας;

3. Εάν θέλετε να γίνεται εξαιρετικοί και να έχετε εξαιρετικούς συνεργάτες πρέπει να εκπαιδεύετε και να εκπαιδεύετε καθημερινά. Πινόμαστε οι καλύτεροι κοπιάζοντας μέρα με τη μέρα και όχι μέσα σε μία ημέρα. Παραμείνετε μαθητές!

Η διάθεση και η υπερφάνεια για αυτό που κάνουμε μας κάνει να ξεχωρίζουμε από το πλήθος. **«Εξυπηρετείς σημαίνει Εξουσιάζεις».** Προσφέρουμε τις υπηρεσίες μας για δικό μας όφελος και χαιρόμαστε προσωπικά με το εξαιρετικό αποτέλεσμα.

Ακολούθησε συζήτηση σχετικά με την «πελατειακή αφοσίωση» στην Ελλάδα, ανάμεσα στον Jeffrey και ηγετικά στελέχη των εταιρειών Mercedes Benz Hellas, OTE, Shell και Vivartia. Το συνέδριο συνεχίστηκε με δύο παράλληλα workshops πάνω σε βέλτιστες πρακτικές αφοσίωσης και διατήρησης πελατών και ολοκληρώθηκε με ομιλίες διακεκριμένων στελεχών και συμβούλων από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Την έκπληξη έκαναν 8 παιδάκια του δημοτικού, όταν



εξήγησαν με το δικό τους, μοναδικό, τρόπο την έννοια της αφοσίωσης.

Η συμμετοχή και η ανταπόκριση του ακροατηρίου, ήταν εντυπωσιακή συνεχίζοντας έτσι την περυσινή πρωτοφανή επιτυχία και αποδεικνύοντας, για ακόμα μια φορά, την προσήλωση του Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών στην ανάπτυξη της πελατοκεντρικής παιδείας σε όλα τα επίπεδα του επιχειρηματικού γίγνεσθαι.

Τόσο η συμμετοχή, όσο και τα σχόλια των συνέδρων μας, έδειξαν ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν αγαπήσει το θέμα της σωστής εξυπηρέτησης του πελάτη. Το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών δεσμεύεται στη δημιουργία και ανάπτυξη δραστηριοτήτων που θα φέρουν περαιτέρω πολύτιμη εμπειρία και γνώση. Πάνω σε αυτές θα κτίσουμε το επόμενο Ελληνικό Συνέδριο Κορυφής, το οποίο θα διεξαχθεί το Φεβρουάριο του 2008. **HR**

Για περισσότερες πληροφορίες όσο αφορά στο Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών μπορείτε να απευθυνθείτε: τηλ. 210 8099409, e-mail: info@customerservice.gr, κα. Άννα Ρουσάνογλου www.customerservice.gr