

МАРАФОН ОТ МАЙКЛА БЕНГА

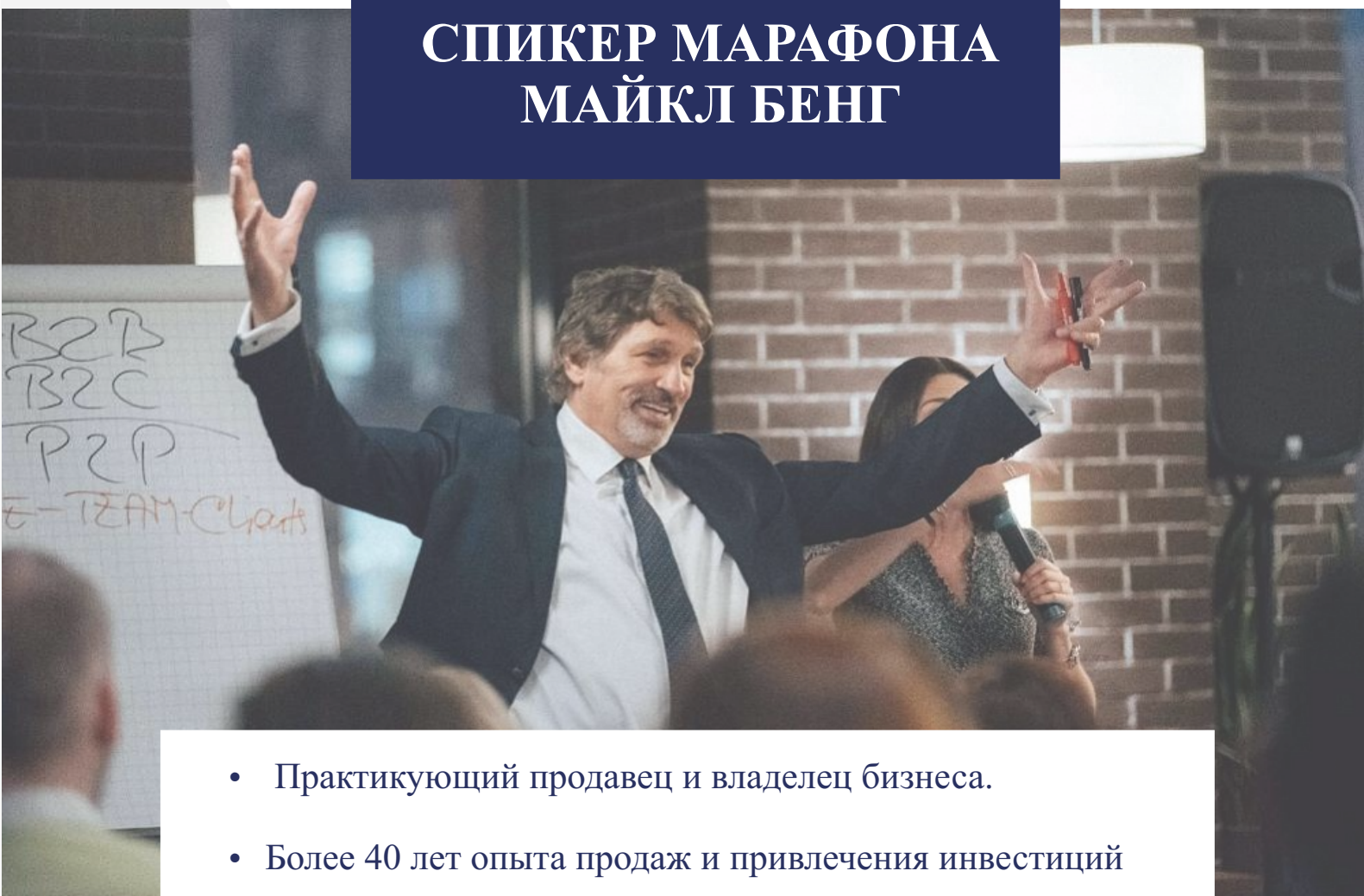


РЕЗУЛТАТИВ ПО СЕРВИСУ

ДАТА: 03-11 ФЕВРАЛЯ
ФОРМАТ: ОНЛАЙН



СПИКЕР МАРАФОНА МАЙКЛ БЕНГ



- Практикующий продавец и владелец бизнеса.
- Более 40 лет опыта продаж и привлечения инвестиций
- Автор обучающих и коучинговых программ по командообразованию, искусству публичных выступлений, переговоров, мастерству убеждения, продажам и, конечно, созданию великолепного сервиса
- Международный специалист, в активе которого, более 1300 обучающих мероприятий, в 21 стране мира.
- Обучил более 150 000 руководителей и топ-менеджеров
- Основатель 5-Star Business Academy

Дисклеймер и Благодарности

Тренинговый Дисклеймер

Эта программа обучения предназначена исключительно для предоставления общеобразовательной информации и является исключительно мнением автора. Она была создана с целью вызвать интерес у участников и их компаний, и мы надеемся, что эти материалы окажутся полезными для Вас и Вашей компании, однако ни автор, ни инструктор не могут гарантировать, что эти материалы улучшат Вашу ситуацию или положение дел в Вашем бизнесе.

Эта программа обучения не является любого рода юридическим советом, поэтому оставляется на усмотрение и под ответственность каждого участника и компании определить, что полезно для его компании и личной жизни.

Также в обязанности каждого участника и компании входит следовать местному, региональному и федеральному законодательству, относительно использования этих материалов в его компании и личной жизни.

Автор и инструкторы не могут считаться ответственными за любой вред, возникший в результате любых ошибок или неправильного использования материалов или неправильного исполнения рабочей процедуры в Вашей компании.

Стратегии, предложенные здесь являются возможностями, а не рекомендациями. Ни одна стратегия не может гарантировать успех, и Вы полностью ответственны за проведение адекватного исследования и принятие собственных решений.

Приобретая и/или участвуя в этом обучении, Вы подтверждаете, что прочитали, поняли и согласны с условиями этого дисклеймера.

Дата

ФИО участника

Подпись участника

Благодарности

Эта программа обучения является результатом компиляции материалов разных авторов и тренеров, которых я изучал на протяжении моей жизни, а также моего собственного опыта работы в области продаж, управления людьми, и максимально безупречного сервиса моим клиентам в течении моей карьеры спикера и тренера.

Я хочу выразить огромную благодарность всем этим потрясающим людям, которые вдохновляли меня, и у которых я научился очень ценным вещам в жизни и бизнесе. Их слишком много, чтобы перечислять поименно, поэтому позвольте мне выразить благодарность Вам всем.

Цель Программы Обучения

Цель этой Программы Обучения:

Вы получите вдохновение и энергию, а также познакомитесь со многими мощными инструментами, которые позволят Вам стать успешнее в Вашей жизни и бизнесе.

Материальный и Нематериальный успех



Велосипед Жизни и его два колеса:

1. Личная жизнь
2. Работа

Напишите цель Вашего участия в этой программе обучения и результаты, которые Вы хотели бы получить:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

Пионеры

Проблемы

В жизни и бизнесе нам приходится иметь дело с разными проблемами.

1. Перемены
2. Конкуренция
3. Кризисы

Решение

Каково решение?

Готовность

Нам нужно быть готовыми к:

1. Чему угодно
2. Где угодно
3. Когда угодно

Наша готовность зависит от:

1. Менталитет (Внутренний мир)
2. Техника (Внешний мир)

С какими проблемами Вам нужно справиться в Вашей работе:

1. _____
2. _____
3. _____

С какими проблемами Вам нужно справиться в Вашей личной жизни:

1. _____
2. _____
3. _____

Возможности и Зона Комфорта

Наша зона комфорта – это область, где мы чувствуем себя комфортно, делая те вещи, которые нам привычны и знакомы, поскольку мы уже делали их много раз.

Многие люди предпочитают оставаться внутри своей зоны комфорта, и сопротивляются выходить за её пределы.

Вне зоны комфорта находится намного больше возможностей, но, чтобы воспользоваться ими, нам нужно выходить из нее, и это может быть очень дискомфортным для нас.

Марк Твен и Брайан Трэйси написали о «лягушках», которыми являются какие-то срочные дела, которые нам необходимо выполнить, но мы перекладываем их на более поздний срок по причине того, что они находятся вне нашей зоны комфорта, и они начинают преследовать нас до тех пор, пока мы с ними не справимся.

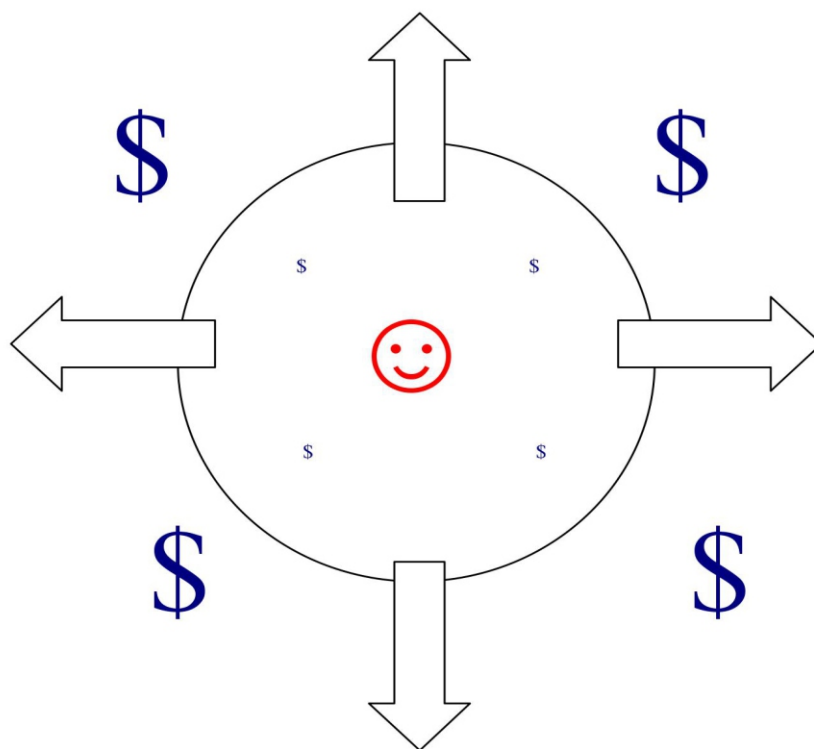
Многие люди противятся выходить из своей зоны комфорта из-за того, что это для них является чем-то новым и некомфортным, или же потому что с этим у них связаны какие-то негативные случаи, которые они испытали на своем опыте.

Единственный способ добиться большего успеха в жизни – это предпринимать те действия, которые приведут нас к большим достижениям, даже если такие действия находятся вне нашей зоны комфорта.

Когда речь идет о том, что мы собираемся поднять стандарты обслуживания клиентов в нашей компании, то нам часто придется выходить за пределы нашей зоны комфорта и делать то, что необходимо для того, чтобы достичь успехов, на которые мы нацелены.

Мы имеем дело с четырьмя факторами:

1. Выходить за пределы своей зоны комфорта, чтобы воспользоваться возможностями, которые находятся там и ожидают Вас.
2. Выходить за пределы своей зоны комфорта, чтобы поедать «лягушек», которые находятся за ней.
3. Мотивировать и подталкивать других людей на то, чтобы они выходили из зоны комфорта, даже если они противятся этому.
4. Создавать комфортные условия Вашим клиентами, чтобы они могли вести бизнес с Вашей компанией.



Упражнение: Возможности и Зона комфорта

Какие интересные возможности находятся за пределами Вашей Зоны Комфорта?

1. _____
2. _____
3. _____

Какие “лягушки” ждут Вас за пределами Вашей Зоны Комфорта?

1. _____
2. _____
3. _____

Что Вам нужно делать для того, чтобы выталкивать себя из Вашей Зоны Комфорта?

1. _____
2. _____
3. _____

Как Вы можете мотивировать других людей выходить из своей Зоны Комфорта?

1. _____
2. _____
3. _____

Как Вы можете сделать более комфортным для Ваших клиентов ведение бизнеса с Вами?

1. _____
2. _____
3. _____

Амигос

Понятие «Амигос» отражает своего рода шкалу, состоящую из:

1. Общения
2. Времени
3. Помощи

Чем больше мы являемся Амигос, тем более открытым становится наше общение, тем больше времени нам нравится проводить вместе и тем больше у нас желания помогать друг другу.

В жизни у нас есть 3 типа Амигос:

1. Личные
 - Чем больше у нас личных Амигос, тем больше мы наслаждаемся нашей жизнью.
2. Коллеги
 - Чем большими Амигос мы являемся с нашими коллегами, тем больше поддержки они окажут нам, и тем больше удовольствия мы будем получать на работе.
3. Клиенты
 - Клиенты – это те люди, которые финансируют нашу компанию, а наша компания финансирует нашу личную жизнь. Это делает наших клиентов чрезвычайно важными лицами в нашей жизни и нам необходимо очень хорошо заботиться о них, чтобы их не потерять.

У нас должно быть открытое общение с другими людьми, желание проводить время с ними и реальная заинтересованность в том, чтобы помогать им, тогда они ответят нам тем же.

Напишите, почему полезно иметь большое количество Амигос в Вашей жизни:

Личные	
Коллеги	
Клиенты	

Напишите, какую поддержку Вам могут оказать Ваши Амигос в том, чтобы Вы были более эффективными в достижении Ваших целей:

Личные	
Коллеги	
Клиенты	

Активный Networking (работа с сетью контактов)

Используйте любую возможность создавать новые **Контакты** и знакомиться с **Потенциальными клиентами**.

Вы встречаетесь с людьми где угодно, общайтесь с ними, обменивайтесь визитками и проявляйте реальный интерес к их работе и личной жизни.

1. Выстройте хорошие отношения = Амигос («продайте себя» и выстройте доверие и уважение)
2. Выявите, какую ценность Вы можете представлять для них
3. Выявите, какую ценность они могут представлять для Вас (возможности)

Создайте для себя «Базу данных моей жизни», пополняя ее необходимой информацией, и поддерживайте связь со знакомыми по электронной почте и т.п.

Контакты

Имя	Компания	Предмет разговора
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

Потенциальные Клиенты

Имя	Компания	Продукт/услуга
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

Что такое Кайдзен?

Kai + Zen

改善

Изменения + Хорошо

Кайдзен – это японская система достижения больших целей, благодаря постоянным улучшениям, идущим от каждого человека в команде, начиная от директоров до любого сотрудника, что позволяет создать культуру в компании, сфокусированность которой направлена на долгосрочные ценности и выгоды и избавление от ненужных издержек и действий, чтобы стать более конкурентоспособной компанией.

Существуют разные методы внедрения системы Кайдзен или любой другой системы, направленной на улучшения деятельности компании. Выбор системы зависит от того, что будет наиболее практичным для определенного типа компании, будь то компания-производитель, ресторанный бизнес или какая-то иная индустрия.

Это достигается за счёт проведения регулярных собраний по теме Кайдзен, чтобы вдохновлять команду улучшать положение дел в компании во всех областях деятельности, устраняя моменты которые не приносят никакой ценности, заменяя их на более ценные процессы, анализируя проблемы и находя их решения, таким образом достигая высокого уровня удовлетворенности клиентов, высокого командного духа и гордости за достижения. В этом случае выигрывают все стороны!

Кайдзен включает в себя постоянные улучшения в следующих областях:

1. Качество

- a. Качество продаваемых компанией продуктов и услуг
- b. Качество работы каждого сотрудника
- c. Качество материальной обстановки в компании

2. Продажи

- a. Активные продажи клиентам
- b. Пассивные продажи за счёт рекламы, мерчендайзинга и др.
- c. Вспомогательные продажи, осуществляемые каждым сотрудником

3. Муда (лишнее)

- a. Избавляться от ненужных финансовых издержек
- b. Избавляться от ненужных действий и неэффективности

4. Омотенаси (Обслуживание клиентов)

- a. Увеличивать удовольствие и удовлетворение клиента, покупающего у нас
- b. Избавляться от всего, что вызывает негативную реакцию клиента

Кайдзен Список

	Области, которые я хотел бы улучшить в моей личной жизни
<i>1</i>	
<i>2</i>	
<i>3</i>	
<i>4</i>	
<i>5</i>	
<i>6</i>	
<i>7</i>	
<i>8</i>	
<i>9</i>	
<i>10</i>	

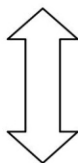
	Области, которые я хотел бы улучшить в моей компании
<i>1</i>	
<i>2</i>	
<i>3</i>	
<i>4</i>	
<i>5</i>	
<i>6</i>	
<i>7</i>	
<i>8</i>	
<i>9</i>	
<i>10</i>	

Формула Успеха

Для многих людей настоящий успех – это что-то материальное и нематериальное.
Наша цель стать богатыми и счастливыми.



РЕШЕНИЯ ⇒ **ДЕЙСТВИЯ**



Наш успех зависит от наших решений и действий, что мы делаем, и что мы не делаем.

Наши действия содержат в себе либо высокую вероятность успеха, либо высокий риск неудачи.

Наши решения и действия зависят от 3 факторов: **Мотивации – Знаний – Навыков**.

Чем больше мы увеличиваем или улучшаем наши Мотивацию, Знания и Навыки, тем больше **РЕШЕНИЙ** мы будем принимать о выполнении правильных действий, а затем **ДЕЛАТЬ** правильные действия, которые приведут нас к Успеху.



Формула Успеха

Напишите, почему Вам постоянно необходимо увеличивать Вашу Мотивацию, Знания и Навыки:

1. _____
2. _____
3. _____

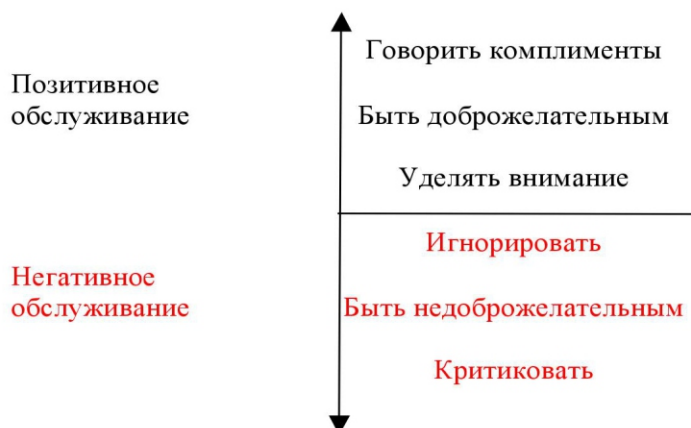
Напишите, что Вы можете сделать, чтобы увеличить 3 составляющих компонента успеха:

Вашу Мотивацию	
Ваши Знания	
Ваши Навыки	

Собрания по вопросу Обслуживания Клиентов

1. У компаний и персонала существуют разные стандарты обслуживания клиентов. В некоторых компаниях очень высокие стандарты, другие – похоже, вообще не заботятся о своих клиентах.
2. Мы все испытываем на себе разные уровни обслуживания, и они влияют на наше отношение и интерес к ведению дел с этим человеком или компанией.
3. Если вы предоставляете Экстраординарное обслуживание, то у Вас есть огромное преимущество, поскольку Ваши клиенты захотят продолжать вести бизнес с Вами и будут рекомендовать Вас другим.
4. Вы должны вовлекать всех Ваших сотрудников в предоставление высокого уровня обслуживания, так как один человек может разрушить работу всей команды.
5. Может довольно несложно будет добиться, чтобы команда поняла важность предоставления хорошего обслуживания, но трудная часть заключается в том, что нужно постоянно мотивировать команду на высокие стандарты Обслуживания клиентов.
6. В качестве меры для поддержания мотивации работников, Вы можете проводить еженедельные Собрания по вопросу Обслуживания Клиентов, желательно, с участием всей команды:
 1. Начните проведение собраний с семинаров и обсуждений, используя Шкалу Обслуживания Клиентов.
 2. С помощью процедуры «мозгового штурма» обсудите, с какими случаями позитивного или негативного обслуживания сталкивалась Ваша команда и какие были последствия – в обычной жизни.
 3. С помощью процедуры «мозгового штурма» обсудите, с какими случаями позитивного или негативного обслуживания сталкивалась Ваша команда и какие были последствия – в Вашей компании.
 4. Отправьте членов своей команды (разбив их на пары) для наблюдения позитивного и негативного обслуживания и его последствий в разных компаниях и обсудите на Ваших собраниях результаты таких посещений.
 5. С помощью процедуры «мозгового штурма» определите, что является позитивным и негативным обслуживанием и его последствиями – в обычной жизни.
 6. С помощью процедуры «мозгового штурма» определите, что является позитивным и негативным обслуживанием и его последствиями – в Вашей компании.
 7. Напишите и повесьте на стены списки с описанием позитивного и негативного обслуживания для Вашей компании.
 8. Рядом со списками Вы можете повесить ящик, в который персонал и клиенты могут класть свои отзывы о том, какие у них были впечатления от негативного и позитивного обслуживания в Вашей компании – наградите наиболее значимый отклик.
 9. Каким-либо образом обеспечьте, чтобы команда дала обещание и обязалась предоставлять позитивное обслуживание, и не допускала негативного обслуживания.
 10. Вы можете организовывать еженедельные, ежемесячные, ежеквартальные и ежегодные игры с наградами за хорошее обслуживание.

Шкала обслуживания клиентов



Приобретённый опыт от Обслуживания Клиентов

В течение жизни нам часто приходится сталкиваться и с позитивным, и негативным обслуживанием, что в свою очередь накладывает отпечаток на нашем отношении к той или иной компании и влияет на то, хотим ли мы и дальше покупать у них или нет.

С какими случаями вы столкнулись на своем опыте в качестве клиента и к чему они привели?

Напишите примеры Негативного обслуживания клиентов из Вашего опыта и какие были последствия:

<i>Случаи негативного обслуживания клиентов</i>	<i>Последствия</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Напишите примеры Позитивного обслуживания клиентов из Вашего опыта и какие были результаты:

<i>Случаи позитивного обслуживания клиентов</i>	<i>Результаты</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Приобретённый опыт от Обслуживания Клиентов: в Вашей компании

Напишите примеры Негативного обслуживания клиентов в Вашей компании и какие были последствия:

<i>Случаи негативного обслуживания клиентов</i>	<i>Последствия</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Напишите примеры Позитивного обслуживания клиентов в Вашей компании и какие были результаты:

<i>Случаи позитивного обслуживания клиентов</i>	<i>Результаты</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Анализ Обслуживания Клиентов

- Эту тренировку Вы можете провести у себя в компании.
- Обсудите свои впечатления с Вашими коллегами и определите, какие идеи Вы сможете применить в своей компании.

Посетите с коллегой несколько компаний и запишите случаи негативного обслуживания клиентов, и к чему они привели:

<i>Случаи негативного обслуживания клиентов</i>	<i>Последствия</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Посетите с коллегой несколько компаний и запишите случаи позитивного обслуживания клиентов, и к чему они привели:

<i>Случаи позитивного обслуживания клиентов</i>	<i>Результаты</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Собрания по вопросу Обслуживания Клиентов

С помощью процедуры «мозгового штурма» определите вместе со своими коллегами, что является **Негативным Обслуживанием** и его **Последствиями** - в обычной жизни:

<i>Негативное обслуживание клиентов</i>	<i>Последствие</i>
1	
2	
3	

С помощью процедуры «мозгового штурма» определите вместе со своими коллегами, что является **Позитивным Обслуживанием Клиентов** и его **Результатами** - в обычной жизни:

<i>Позитивное обслуживание клиентов</i>	<i>Результаты</i>
1	
2	
3	

С помощью процедуры «мозгового штурма» определите вместе со своими коллегами, что является **Негативным Обслуживанием Клиентов** и его **Последствиями** - в Вашей компании:

<i>Негативное обслуживание клиентов</i>	<i>Последствие</i>
1	
2	
3	

С помощью процедуры «мозгового штурма» определите вместе со своими коллегами, что является **Позитивным Обслуживанием Клиентов** и его **Результатами** - в Вашей компании:

<i>Позитивное обслуживание клиентов</i>	<i>Результаты</i>
1	
2	
3	

Списки по Обслуживанию Клиентов

Напишите список по Позитивному обслуживанию клиентов для Вашей компании:

	<i>Позитивное обслуживание в нашей компании</i>
<i>1</i>	
<i>2</i>	
<i>3</i>	
<i>4</i>	
<i>5</i>	
<i>6</i>	

Напишите список по Негативному обслуживанию для Вашей компании:

	<i>Негативное обслуживание в нашей компании</i>
<i>1</i>	
<i>2</i>	
<i>3</i>	
<i>4</i>	
<i>5</i>	
<i>6</i>	

Мотивация на Обслуживание Клиентов

1. У людей есть разные причины на то, чтобы хорошо или плохо обслуживать своих клиентов.
2. Некоторые люди сами по себе являются очень мотивированными, а другим постоянно требуется мотивация со стороны их руководства.
3. На проводимых вами Собраниях по вопросу Обслуживания Клиентов, используя процедуру «мозгового штурма», запишите разные причины предоставления позитивного и негативного обслуживания и вывесите их на стену, чтобы постоянно мотивировать персонал.
4. Вы также можете организовать различные Игры, в которых участник, который предоставил наилучшее обслуживание клиентов, будет награжден.
5. Некоторые причины Негативного обслуживания:
 1. У меня личные проблемы.
 2. Другие тоже так делают – это вполне нормально.
 3. Слишком низкая зарплата.
 4. Мне не нравится эта работа.
 5. Пользуемся большим спросом.
6. Некоторые причины Позитивного обслуживания:
 1. Мне просто нравится помогать другим.
 2. Я человек амбициозный и хочу получить повышение.
 3. Хочу больше зарабатывать.
 4. Боюсь, что не нравлюсь людям или что меня уволят.
 5. Считаю это своим долгом или обязанностью.

	<i>Напишите, почему Вы негативно обслуживали клиентов:</i>
1	
2	
3	
4	

	<i>Напишите, почему Вам нужно позитивно обслуживать клиентов:</i>
1	
2	
3	
4	

Стратегия «Клиент – первый»

1. Клиенты финансируют нашу компанию, оплачивают счета и заработную плату. Поэтому мы должны очень хорошо заботиться о них. Если мы не позаботимся о них, возможно, наши конкуренты сделают это, и у нас, наконец, наступит покой, но без денег.
2. Внимание клиентов всегда сконцентрировано на том, что лучше для них. Сегодня у нас все больше и больше конкурентов, и у клиентов больше выбора, у кого покупать. А нам важно, чтобы они выбрали нас.
3. Многие компании тратят большие деньги на рекламу для привлечения клиентов, но очень мало средств выделяют на то, чтобы мотивировать сотрудников и обучать их тому, как предоставлять клиентам экстраординарное обслуживание – это лишено всякого смысла.
4. Когда мы ставим клиентов на первое место, мы можем понять лучше, что им нужно и что они хотят от нас и можем достигать большей удовлетворенности у клиентов, соответственно, намного лучший бизнес.
5. Как команда, мы должны делать все возможное для того, чтобы развивать Культуру отношения Клиент-первый. Это наилучший способ привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов.
6. Всегда работайте над улучшением Вашей ценности для клиентов – старайтесь смотреть на Вашу компанию, поставив себя на место клиента.
7. Узнавайте, что делают другие компании для удовлетворения своих клиентов.
8. Нужно понимать, что клиенты всегда судят о нас, основываясь на
 - a. том, что мы обещаем им.
 - b. том, что для них является приемлемыми стандартами.
 - c. наших конкурентах.

	<i>Напишите, почему стратегия «Клиент – первый» - это самый лучший путь к успеху:</i>
1	
2	
3	
4	

	<i>Напишите свои предложения о том, как внедрить стратегию «Клиент- первый» в Вашей компании:</i>
1	
2	
3	
4	

Внутренний Клиент

1. Компания - это команда людей, работающих вместе для создания максимального материального и нематериального успеха для всех участвующих.
2. Совместная работа как в спортивной команде или актерской труппе нам позволит добиваться лучших результатов, как для клиентов, так и для нас.
3. В компании у нас есть внутренние и внешние клиенты.
4. Нашими внутренними клиентами являются наши коллеги, с которыми работаем вместе для достижения максимальных результатов. Мы также “обслуживаем” их во многих отношениях, главным образом, очень хорошо делая свою работу.
5. Вы создадите “лояльных клиентов” путем экстраординарного обслуживания и это относится как к внутренним, так и внешним клиентам.
6. Чем лучше Вы понимаете других людей, тем лучше Вы сможете удовлетворять их потребности. Не нужно просто делать предположения или догадки – спросите у них и постарайтесь поставить себя на их место на некоторое время и узнать, что действительно важно для них.
7. Выясните, что действительно требуется от Вас Вашим “внутренним клиентам”, что является наиболее важным для них. Спрашивайте их регулярно, чтобы не забывать и не потерять в них своих лояльных клиентов.

Напишите, как другим людям не удалось понять Ваши потребности и какие были последствия:

Кто	Как не смог понять Ваши потребности и к чему это привело
1.	
2.	
3.	
4.	

Составьте список Ваших самых важных “внутренних клиентов”:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Спросите своих самых важных “внутренних клиентов”, что является самым важным из того, что Вы должны делать для них:

“Внутренний клиент”	Самые важные “требования” к Вам
1.	
2.	
3.	
4.	

Взгляд с позиции клиента

1. Когда человек должен принять решение о том, стоит ли ему покупать у Вас, ему нужно определить, будут ли Ваши продукт, цена и обслуживание соответствовать его ожиданиям.
2. Некоторые клиенты фокусируют свое внимание на продукте и его качестве, другие – больше на цене, третьи – на Вашем обслуживании, а также есть те, для которых важны все три фактора вместе взятые.
3. Часто они могут довольно скептически относиться к тому, что Вы им говорите, поскольку они не достаточно хорошо Вас знают, и действительно ли Вы беспокоитесь о них или Вас больше интересует Ваша собственная выгода.
4. Постарайтесь взглянуть с позиции покупателя – попробуйте немного поставить себя на их место, и Вы сможете понять их намного лучше.
5. Наилучший способ, как Вы можете помочь ему преодолеть барьер к покупке у Вас:
 - Сделайте все возможное, чтобы действительно быть доброжелательным и профессиональным, чтобы завоевать доверие, уважение и симпатию к себе, как к человеку.
 - Предоставляйте информацию о ценности Вашего продукта и том, что Ваша цена правильная в ясной и уверенной манере.
 - Делайте все возможное для того, чтобы превзойти его ожидания при обслуживании, предоставив или сделав что-либо, за что он может быть Вам признателен.

Матрица – Взгляд с позиции клиента

Ваши ключевые области	Вопросы клиента
Ваши продукты или услуги	Действительно ли этот продукт или услуга является тем, что мне нужно или тем, что я хочу? Обладает ли это именно тем качеством, которое мне нужно?
Ваши цены	Могу ли позволить себе это? Правильная ли эта цена или могу найти дешевле в другом месте? Будет ли Ваш продукт или услуга стоить тех денег, которые я заплачу?
Ваше обслуживание клиентов и взаимоотношения	Могу ли я Вам доверять, уважать и испытывать расположение к Вам, как профессионалу или как личности? Я действительно безразличен Вам или Вы беспокоитесь только о себе и просто пытаетесь вытянуть из меня деньги? Даете ли Вы мне почувствовать радужный прием в Вашей компании?

Ваши ключевые области	Понимание клиента
Ваши продукты или услуги	Действительно ли Вы знаете и показываете клиенту ценности и пользу, которые он получит при покупке Вашего продукта или услуги?
Ваши цены	Узнаете ли Вы, может ли клиент действительно позволить себе покупку Вашего продукта или услуги? Объясняете ли Вы в ясной и понятной манере то, что Ваша цена является правильной, и что покупка будет стоить уплаченных им денег?
Ваше обслуживание клиентов и взаимоотношения	Даете ли Вы клиенту почувствовать радужный прием в Вашей компании? Показываете ли Вы клиенту то, что Вы на самом деле заинтересованы в нем, а не лишь в его деньгах? Обслуживаете ли Вы клиента лучше, чем он того ожидал?

Уверенность и как превзойти ожидания

	<i>Напишите, что Вам нравится в себе с тем, чтобы Вы были уверенными, могли быть доброжелательными и профессиональными:</i>
1	
2	
3	
4	
5	

	<i>Напишите, что Вам нравится в Вашей компании и команде с тем, чтобы Вы были уверенными и Вам нравилась Ваша компания:</i>
1	
2	
3	
4	
5	

	<i>Напишите, что Вам нравится в Вашем продукте или услуге с тем, чтобы Вы были уверенными и предоставляли информацию с уверенностью:</i>
1	
2	
3	
4	
5	

	<i>Напишите, в чем ценность Вашего продукта или услуги для Вашего клиента, что обосновало бы то, что Ваша цена правильная:</i>
1	
2	
3	
4	
5	

	<i>Напишите, что лично Вы можете сделать для того, чтобы превосходить ожидания своих клиентов:</i>
1	
2	
3	
4	
5	

Анализ Результатов Деятельности

1. Для создания успешной компании Вам необходимо постоянно улучшать результаты Вашей деятельности, так как Вы конкурируете с другими компаниями в привлечении клиентов.
2. Очень важно поддерживать постоянную связь с Вашими клиентами, чтобы быть в курсе, насколько они довольны Вашей работой.
3. Большинство людей не отзывається о своих позитивных или негативных впечатлениях о Вашей компании.
4. Если Вы не спросите их, то Вы не будете знать и будете просто надеяться, что Вы хорошо справляетесь со своей работой.
5. Когда Вы теряете клиентов или они перестают покупать у Вас, часто бывает, что Вы не знаете почему.
6. Сегодня у Ваших клиентов намного больше выбор, где сделать покупку. Поэтому, если Вы хотите, чтобы они покупали у Вас, убедитесь в том, что Вы поступаете с ними, как следует.
7. Анализ деятельности проводится для того, чтобы определить:
 - В какой области Вам требуется улучшение.
 - Что им нравится и не нравится в работе с Вами.
 - Какие позитивные результаты они получили от сотрудничества с Вами (получите рекомендации).
 - Что им на самом деле требуется и чего они хотят от Вас.
 - Каковы их приоритеты по степени важности – они могут очень сильно отличаться от клиента к клиенту.
8. Вы также можете провести Анализ деятельности для себя лично, для своей семьи и своей работы.

Составьте таблицу Анализа деятельности для оценки Степени важности различных областей для клиента и насколько в этом преуспела Ваша Компания:

Степень важности	Области	Успех компании (1-5 баллов)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

Улучшение Бизнес-процессов

1. В нынешних очень жестких и зачастую экстремальных условиях в деловом мире жизненно важно делать все возможное для того, чтобы стать более эффективным, что позволит достигать больших результатов и снижать затраты. Таким образом, Вы сможете достигать свои цели в бизнесе, а именно максимальную прибыль с максимальным удовлетворением.
2. Вам следует постоянно работать над улучшением своих бизнес-процессов по трем критериям:
 - a. Действительно ли Вам нужно это делать?
 - b. Можете ли Вы их сделать более практичными и эффективными для компании и персонала?
 - c. Можете ли Вы их сделать более комфортными для клиентов?
3. Действия для улучшения Ваших бизнес-процессов:
 - 1) Составьте список бизнес-процессов, используемых в Вашей компании.
 - 2) Распределите их по приоритетности – можете использовать способ «АВС».
 - 3) Применяйте принцип Парето: 20% которые дают 80% Ваших результатов.
 - 4) Используя технику «мозгового штурма», получите информацию как от персонала, так и клиентов. После этого напишите процессы в ясной форме в виде инструкций, проверочных списков, образцов, таблиц и схем.
 - 5) Обучите Ваш персонал:
 - a. Сначала мотивируйте их на то, чтобы они хотели улучшать процессы.
 - b. Обучите их теории.
 - c. Отрабатывайте на практике для развития их навыков и выработки новых привычек.
 - 6) Применяйте дисциплинарные меры и поощрения, чтобы стимулировать персонал становиться более эффективными и достигать больших результатов.
4. Вам нужно создать команду, которая хорошо организована и работает совместно в гармонии, как внутри, так и вне компании, в результате чего все могут гордиться общими результатами.

Напишите Ваши предложения по улучшению некоторых Ключевых Областей Вашей компании:

Ключевые области	Предложение по улучшению
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

Работа с Жалобами

1. Иногда Ваши клиенты будут выражать неудовольствие, предъявлять претензии. Это является частью ведения бизнеса на планете Земля.
2. Почему Ваши клиенты выражают жалобы:
 1. Вы действительно допустили ошибку – большую или маленькую.
 2. Есть некоторое недопонимание – клиент ожидал чего-то другого.
 3. У Вашего клиента плохой день – это вроде последней капли, переполнившей чашу терпения.
 4. Ваш клиент - привередливый человек. Ему просто очень трудно угодить.
3. Жалобы можно разделить на три категории по их рассмотрению:
 1. Вам нужно просто выслушать человека.
 2. Вам нужно что-то сделать, чтобы уладить ситуацию.
 3. Вам нужно что-то усовершенствовать в Вашей компании.
4. Если Ваш клиент выражает жалобу:
 1. Не позволяйте себе втягиваться в спор – не реагируйте.
 2. Не принимайте это на свой счет – «наращивайте» толстую кожу.
 3. Сохраняйте спокойствие и профессионализм.
 4. Узнайте, что произошло.
 5. Уладьте жалобу, просто выслушав клиента или приняв необходимые меры.
5. Если вы сможете очень хорошо уладить жалобы, у Вас есть возможность укрепить Ваши взаимоотношения с этим человеком, показывая ему, что Вы действительно заботитесь о нем и хотите разобраться с возникшими проблемами.
6. Поймите – чем лучше Вы обслуживаете клиентов, тем меньше Вы будете получать жалоб и претензий.
7. Проводя анализ результатов деятельности на регулярной основе, Вы применяете проактивный или опережающий подход и тем самым сможете отслеживать проблемы с опережением, пока они не стали слишком крупными.

7-шаговая система работы с жалобами:

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Жалоба | - Вы получаете жалобу во многих различных ситуациях. |
| 2. Выслушайте | - Направьте всё своё внимание и покажите, что Вы на их стороне. |
| 3. Проясните | - Узнайте все подробности ситуации, чтобы у Вас была чёткая картина. |
| 4. Дайте подтверждение | - Скажите человеку, что Вы его понимаете. |
| 5. Решение | - Извинитесь, если это подходит в данной ситуации или предложите договориться о приемлемом решении. |
| 6. Исполнение | - Исполните согласованное решение. |
| 7. Контроль исполнения | - Удостоверьтесь в том, что ситуация разрешена и клиент удовлетворен |

Бланк жалобы			№ _____
Время:	Дата:	Сотрудник:	
Клиент:		Компания:	
Ситуация:			
Решение:			
Контроль исполнения:			

Формирование Партнерских Отношений

1. Если Вы хотите создавать бизнес, в котором будут достигаться максимальная прибыль и максимальное удовлетворение, то Вы полностью зависите от людей – это Ваши коллеги и клиенты.
2. Вам нужны очень хорошие коллеги и клиенты, так как Вы не сможете все делать один.
3. Нам нужно работать над созданием следующих ключевых факторов:
 - a) Командный дух персонала.
 - b) Лояльность клиента к Вам и Вашей компании.
4. Вовлекайте свою команду в создание внутреннего командного духа. Слушайте их, и если возникают проблемы, улаживайте их. Продолжайте улучшать рабочие условия в Вашей компании – создайте компанию, где люди могут расти, достигать прекрасные результаты и испытывать чувство гордости.
5. Постоянно вовлекайте всю команду в создание пожизненных отношений со своими клиентами с тем, чтобы они продолжали покупать у Вас и рекомендовали Вас другим.
6. Цените свой персонал, выражайте им признательность, когда они хорошо выполняют работу. Говорите им об этом.
7. Дайте почувствовать каждому клиенту, что Вы цените его, признательны ему и что он является VIP-персоной для Вашей компании.

Удовлетворение клиента приводит к удовлетворению от работы!

Максимальная прибыль и максимальное удовлетворение!



	<i>Напишите, что Вы можете сделать для улучшения командного духа в Вашей компании:</i>
1	
2	
3	

	<i>Напишите, что Вы можете сделать для создания долгосрочных партнерских отношений с Вашими клиентами:</i>
1	
2	
3	

Что такое Омотенаси?

おもてなし

Омотенаси

Омотенаси – это японское слово, которое означает “Искусство гостеприимства”, на Западе в основном используется термин “Обслуживание клиентов”. Но японское понятие более обширно, поскольку это то, что делается от сердца, чтобы клиент получил максимальное удовольствие от обслуживания.

Проявление дружелюбия и уважения к другим людям – это часть японской культуры, и это то, что поражает гостей этой страны, а также может вдохновить нас на то, чтобы поднять нашу компанию на более высокий уровень.

Речь идёт о трёх важных областях, которые оказывают влияние на опыт, приобретаемый этим клиентом и его преданностью нам, а также его желании возвращаться к нам снова и снова: наша продукция, материальная обстановка и забота о клиенте.

Как создать атмосферу и культуру Омотенаси:

1. Регулярные собрания и обучение по теме Омотенаси
2. Выход за пределы нашей Зоны комфорта, чтобы находиться внутри Зоны комфорта наших клиентов
3. Стремление становиться “Амигос” с клиентами
4. Посвящение себя идеи Омотенаси и проведение игр на эту тему
5. Анализ материальных и нематериальных выгод для клиента
6. Мотивирование команды на создание культуры Омотенаси
7. Анализ потребностей внутренних и внешних клиентов и стремление их превзойти
8. Регулярное проведение анализа деятельности с нашими клиентами
9. Постоянное улучшение наших бизнес процессов для создания комфорта и практичности действий
10. Желание быть экспертами в нахождении и работе с жалобами клиентов
11. Формирование долгосрочных отношений с клиентами

Удовлетворение клиентов приносит удовлетворение от работы!

Наша цель – это максимум прибыли и удовольствия для клиентов, компании и персонала!

Выигрыш - Выигрыш - Выигрыш

Улучшения в Обслуживании Клиентов

Заключительное практическое задание:

1. Подведите итоги, что можете сделать лично Вы, чтобы повысить стандарты обслуживания клиентов в Вашей компании. Дайте как можно более конкретный ответ.
2. Напишите Ваши предложения по улучшению стандартов обслуживания клиентов в Вашей компании. Дайте как можно более конкретный ответ.

Напишите, что можете сделать лично Вы, чтобы повысить стандарты обслуживания клиентов в Вашей компании:

	Внутренние клиенты (коллеги)	Внешние клиенты
1		
2		
3		
4		
5		
6		

Напишите Ваши предложения по улучшению стандартов обслуживания клиентов в Вашей компании:

	Внутренние клиенты	Внешние клиенты
1		
2		
3		
4		
5		
6		

Передайте написанную Вами информацию Вашему тренеру, чтобы он мог сделать предложения тем людям, к кому это имеет отношение в Вашей компании.

Спасибо за Ваше участие в улучшении Вашей компании!

Вы можете написать нам электронное письмо по адресу:

MichaelBang@mac.com