

**М. Е. Канасевич**

ЗАО «БСБ-Банк», Минск, Беларусь, [kanasevich@sbmt.by](mailto:kanasevich@sbmt.by)

## КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ

*В статье рассмотрено понятие, роль и шаги разработки клиентоориентированности. Описаны принципы стратегии «Клиент на первом месте».*

**Ключевые слова:** клиентоориентированность, сервис, клиенты, стратегия клиентоориентированности, адвокаты бренда

**M. Kanasevich**

CJSC «BSB-Bank», Minsk, Belarus, [kanasevich@sbmt.by](mailto:kanasevich@sbmt.by)

## CUSTOMER FOCUS

*The article considers the concept, role and steps in the development of customer focus. The principles of the «Customer First» strategy are described.*

**Keywords:** customer focus, service, customers, customer focus strategy, brand advocates

Актуальность статьи заключается в том, что клиентоориентированный подход за счет повышения качества обслуживания клиентов и предвосхищения их ожиданий, является важнейшим конкурентным преимуществом в условиях жесткой конкуренции на любом рынке. Привлечение клиентов и удержание наиболее прибыльных из них обеспечивает рост доходности фирмы.

Клиентоориентированность – такая работа компании, при которой клиенты возвращаются, а компания, в свою очередь, имеет возможность получать дополнительную прибыль за счет вау-впечатлений и качественного сервиса.

Зачем компаниям выстраивать клиентоориентированность:

- продлить жизненный цикл компании (ЖЦК);
- продавать больше, чаще, дороже;
- получать лучших Клиентов;
- превратить Клиентов в адвокатов-бренда.

Для того, чтобы выстроить клиентоориентированность недостаточно улыбок и хорошего отношения. Закрывать потребности Клиента здесь и сейчас – первично. Как бы доброжелателен и воспитан не был стоматолог, в первую очередь, мы ждем от него того, что он вылечит зуб.

Из вышеотмеченного можно сделать вывод, что клиентоориентированность – это работа по **4 направлениям**.

Бизнес-процессы – идеальные. Клиенту должно быть с вами просто, удобно и комфортно. С учетом ритма сегодняшнего дня – быстро.

Сотрудники – клиентоориентированные, эмпатичные. Понимающие клиента и его ценности, отстаивающие его интересы.

Продукт – отвечающий требованиям ЦА. Обладающий ярко выраженным уникальным торговым предложением.

Ценности – синхронизированные с ценностями Клиентов. Так, например, работа БСБ банка базируется на семи базовых ценностях:

- клиентоориентированность;
- развитие сотрудника и Банка;

- командный дух;
- моральные ценности;
- здоровье;
- гармония человека и природы;
- семья.

Если одно из направлений окажется слабым, оно испортит общее впечатление, а значит, говорить о том, что ваша компания клиентоориентированная, рано.

Построение клиентоориентированности структурированный и долгий процесс, состоящий из прохождения следующих этапов:

- воспитание клиентоориентированности и синхронизация понимания стратегии внутри компании;
- обучение сотрудников;
- внедрение мотивации;
- оценка клиентоориентированности;
- мониторинг NPS и CSI.

Клиентоориентированность подразумевает следование стратегии «Клиент на первом месте». Для того, чтобы реализовать данную стратегию необходимо выявлять индивидуальные потребности клиента, собирать знания о нем, строить карты путешествия клиента (Customer Journey Map), синхронизировать ценности Клиентов и компании, работать с точками контакта, собирать положительный клиентский опыт, обратную связь, работать с жалобами, развивать доступность сервисов и консультаций во всех каналах, создавать Центры по контролю за качеством обслуживания клиентов, сотрудники которых будут выступать адвокатами Клиентов внутри компании.

Так, например, **Центр по контролю за качеством обслуживания Клиентов в БСБ Банке решает следующие задачи:**

- проводит мониторинг качества обслуживания Клиентов;
- принимает участие в грейдировании и присвоении категорий работникам Банка;
- разрабатывает, корректирует и контролирует выполнение работниками Банка корпоративных Стандартов обслуживания Клиентов;
- проводит обучение работников корпоративным Стандартам обслуживания Клиентов;
- проверяет соответствие корпоративным Стандартам отделения, обменные пункты, кассы;
- осуществляет постоянный контроль над предоставлением обратной связи Клиентам;
- принимает оперативные меры, направленные на решение вопроса Клиента – выступает «адвокатом» Клиента и представляет интересы Клиента перед подразделениями Банка;
- проводит опросы Клиентов, в т. ч. для замера индекса NPS и CSI, рассматривает результаты опросов, принимает меры по улучшению качества обслуживания;
- проводит оценку потребительского опыта путем общения с Клиентом по телефону или в отделении Банка;
- аккумулирует обращения Клиентов, проводит их анализ, а также предоставляет отчеты на рассмотрение Правления;
- осуществляет последующий контроль за исполнением решений Правления, принятых по обращениям Клиентов;
- участвует в переговорах с Клиентами;
- проводит мониторинг отзывов о работе Банка и упоминаний о Банке в сети Интернет и СМИ;
- стандартизирует и готовит ответы на обращения Клиентов.

Клиентоориентированная компания – это бизнес, который рассчитан на долгосрочную перспективу, приносит доход за счет постоянных клиентов. Сотрудники такой фирмы должны выявлять покупательский спрос и закрывать его продукцией или услугой организации.

Резюмируя, хотелось бы зафиксировать принципы стратегии «Клиент на первом месте»:

- добросовестность и честность;
- доверие, искренность и желание помочь;
- меньше обещаний, больше дела;
- знание того, что хочет Клиент;
- персональный подход к каждому Клиенту;
- внимание к мелочам;
- умение не только понять, но и принять мнение Клиента;
- удовлетворение потребностей Клиента, а не «втучивание»;
- работать лучше конкурентов;
- превосходить ожидания Клиентов.

Важно отметить, что сама компания не может заявлять о себе, что она клиентоориентированная, так о ней могут говорить только Клиенты.

Очень важно синхронизировать понимание клиентоориентированности внутри компании. Для этого обычно рекомендуется попросить сотрудников компании, а также клиентов ответить на вопрос: что такое клиентоориентированность для нашей компании? После необходимо собрать все определения, проанализировать, обратить внимание на повторяющиеся ключевые слова и на их основе вывести понятие клиентоориентированности для своей компании.