B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

**http://b2blogger.com/pressroom/release/12237.pdf**

# На Экономическом Форуме в Санкт-Петербурге говорили о сервисе как о новом конкурентном преимуществе

18 June , 2008 - Service First | Просмотров: 611
Менеджмент и Консалтинг  Семинары и Конференции  Финансы и Банки
стратегия  сервис  Service First  Джон Шоул  Coca-Cola  Пиотровский  петербургский экономический форум  конкруентное преимущество  Чичваркин  Сергей Полонский  подготовка персонала  KPMG

6-8 июня 2008 г. в Санкт-Петербурге прошел XII Петербургский Международный Экономический Форум. Одним из ярких событий Форума стал круглый стол «Первоклассный сервис как конкурентное преимущество», на котором выступил президент компании Service Quality Institute, партнер Service First Джон Шоул.

7 июня топ-менеджеры крупнейших российских и мировых компаний собрались, чтобы обсудить тему сервиса как нового конкурентного преимущества. Основным докладчиком и модератором дискуссии выступил известный консультант по внедрению сервисной стратегии Джон Шоул.

По мнению г-на Шоула, сервис может стать мощным конкурентным преимуществом не только для отдельной компании, но и для всей страны. Предоставляя исключительный сервис, организация создает стратегию дифференциации и строит свой бренд. Консультант по сервису поделился с аудиторией теми стратегическими инициативами, которые необходимо предпринять, чтобы выделиться на фоне конкурентов. Также г-н Шоул рассказал о плане по созданию сервисной культуры.

Джон Шоул уверен, что пора развенчать мифы о сервисе, один из которых - влияние компенсации на качество работы: «Высокая зарплата не гарантирует высокий уровень сервиса». Кроме того, убежден докладчик, прежде чем говорить о любви к клиенту, необходимо научиться уважать и ценить сотрудников.

О первостепенной важности внутренней работы компании говорил и генеральный директор авиакомпании «Аэрофлот» Валерий Окулов: «Разворот компании на клиентоориентированность не сделать никакими внешними ресурсами. Только если внутри компании есть люди, которые сами заряжаются и умеют заряжать других людей, это можно сделать. Сервисная стратегия выявляет людей творческих. Хорошо обслуживать клиентов может только человек, который имеет креатив, творческий заряд».

Председатель компании Silversea Cruises Манфреди Лефевр д'Овидео де Клюнерез также коснулся темы подготовки персонала и особо отметил важность удержания в компании хороших сотрудников. По его словам, отбор, обучение и удержание - необходимые составляющие сервисной стратегии. Коллега главы Silversea Cruises Микаель Френцель, главный управляющий директор TUI, заявил, что «обязанность компании TUI - делать клиентов счастливыми. Наш бизнес - это бизнес удобства и комфорта».

Об отношении к клиентам говорили Евгений Чичваркин, председатель совета директоров компании «Евросеть» и Арас Агаларов, президент Crocus International. А Сергей Полонский, председатель совета директоров Mirax Group, поделился своим опытом в качестве клиента при взаимодействии с одним из отелей Санкт-Петербурга, который установил на время Форума цены, потрясающие воображение даже одного из самых молодых миллиардеров России.

На круглом столе был поднят и вопрос ответственности компании перед клиентом и обществом. Ахмет Бозер, президент Coca-Cola Eurasia Group, отметил, что любая деятельность компании обязательно включает в себя сервисный компонент. «Обслуживать наших клиентов - это наша сервисная философия. Мы постоянно вносим наш вклад в развитие общества».

Тимоти Флинн, председатель и главный исполнительный директор KPMG International, говорил о влиянии уровня сервиса на финансовые показатели и долю рынка. По мнению г-на Флинна, чтобы построить в компании клиентоориентированную культуру, необходимо вовлечь в этот процесс каждого сотрудника: «В компаниях из списка Fortune 100 сотрудники по-настоящему вовлечены в создание первоклассного сервиса».

Иной взгляд на вопрос сервиса у директора Государственного Эрмитажа Михаила Пиотровского: «Мы - музей, а не компания, но мы научились жить в новых условиях и быть дружелюбными по отношению к посетителям. Одна из наших задач - преодолеть зависимость от клиента: посетителя, спонсора, государства, - культура все время зависит от них, но так не должно быть. Пора вернуться от Диснейленда к храму». При этом г-н Пиотровский отмечает важность интересов сотрудника музея, которые не менее важны, чем интересы посетителей.

Гор Нахапетян, управляющий директор группы компаний Тройка Диалог, задал вопрос участникам круглого стола о роли человека в современном сервисе: «Сейчас у нас появились люди нового поколения Ч, которым нужен быстрый сервис и высокие технологии. Насколько роль человека будет уменьшаться?». По мнению Валерия Окулова, технологии все больше и больше вытесняют человека, компании стремятся максимально автоматизировать свои процессы, но роль индивидуального отношения к клиенту по-прежнему высока.

Подводя итоги круглого стола, Джон Шоул еще раз подчеркнул важность сервиса в современной экономике и призвал все компании постоянно думать о клиентах и их потребностях, развивать и обучать персонал и заботиться о сотрудниках. Только в этом случае можно достичь успеха. «Сервис - это навык и талант, это профессионализм и искусство» - закончил свое выступление г-н Шоул.