



ODGOVARA:
Sanja Gomuzak

UKOLIKO IMATE PITANJE ZA NAŠE
STRUČNJAKE POŠALJITE SVOJ UPIT NA
info@poslovni-savjetnik.com

PONAŠANJE PREMA KUPCIMA

PITANJE: *Imam obiteljsku tvrtku koja je u kraćem periodu narasla na 4 prodajna mjesta, ali vrlo udaljena (Zagreb, Osijek, Pula i Split). Dobili smo nekoliko pritužbi na rad djelatnika, konkretnije na neljubaznost prilikom usluživanja. To nam se u glavnoj prodavaonici u Osijeku nikada nije događalo, vjerojatno iz razloga što sam ja ondje većinu vremena uz prodavače. Je li moguće standardizirati ponašanje i uslugu prema kupcima i na koji način?*

L. R., Osijek

ODGOVOR: Vrlo je čest slučaj da povećanje i širenje poslovanja utječe na smanjenje kvalitete usluge. Zapošljavanje većeg broja novih djelatnika koji još nisu u potpunosti savladali sva znanja potrebna za obavljanje posla u novoj tvrtki, čak i u većim i uhodanim sustavima, će na neko vrijeme narušiti postavljenu razinu kvalitete usluge. To može biti vrlo opasno jer ste kupce naviknuli na određeni nivo i određene standarde koje oni očekuju od svake vaše prodavaonice. Kupci u situacijama kada dožive lošu uslugu, odnosno neljubaznog prodavača, zasigurno ne razmišljaju o tome kako su to novi djelatnici, kako je to faza uhodavanja i slično, već jednostavno žele ono što i zaslužuju, a to je – KVALITETA.

Kako u što kraćem vremenu standardizirati kvalitetu usluge? 1. PROPIŠITE sve korake. Od početka – pozdrav, osmijeh, način na koji se prilazi kupcu, kako postavljati pitanja, kako se javljati na telefon, u kojem roku se što radi i slično. **2. EDUCIRAJTE svoje ljude**, ali ne tako da im te propisane standarde pošaljete na mail i očekujete da će se od tog trenutka svi toga pridržavati. Ljudi uče na različite načine – neki su vizualci, neki auditivci, neki kinestetičari, ... To znači da morate pronaći najbolji način da dođete do svih njih „kroz sva čula“. Drugim riječima, osim pisanih pravila, ta ista pravila morate im i prezentirati u živo uz mnoštvo primjera u pozitivnoj radnoj atmosferi te u konačnici pokazati vlastitim primjerom i dati im da sami pokušaju. Znajte da ljudima treba minimalno 30 dana da nešto počnu raditi automatski – dajte im vremena, a onda **3. KONTROLIRAJTE** – sami, pomoću prijatelja ili poznanika i pomoću profesionalnih agencija koje se bave mjerenjem kvalitete usluge. **4. ISPRAVLJAJTE i unapređujte** ono što se iz mjerenja pokaže kao najlošije prihvaćeno od svega što ste propisali na početku. Tu ponovno dolazi faza edukacije, ali i individualnog usmjeravanja djelatnika koji ne poštuju standarde. Ovo je proces u kojem morate biti aktivni jer samim očekivanjem ne pokrećete se u željenom smjeru – on tako ostaje samo želja. Sretno!

Besplatno za pretplatnike časopisa **Poslovni savjetnik** -KORIŠTENJE TELEFONSKE SAVJETNIČKE SLUŽBE!



Dragi pretplatnici časopisa Poslovni savjetnik, u 2015. godini svakom pretplatniku časopisa Poslovni savjetnik na raspolaganju su naši pravni i porezni stručnjaci, kojima se putem telefona u posebno predviđeno vrijeme možete obratiti u vezi svojih dilema **iz područja prava, poreza i radnih odnosa, a vezano uz poslovanje trgovačkog društva/obrta**. Usluga naročito vrijedna i korisna svima vama koji želite unaprijediti svoje poslovanje i saznati brzu, točnu i primjenjivu informaciju iz navedenih područja. Više na str. 9.

Pretplata na časopis Poslovni savjetnik je u tijeku, **svoju pretplatu možete obnoviti temeljem predračuna kojeg ste primili na vašu poštansku adresu**. Više informacija o pretplati i načinu korištenja call centra možete dobiti na broju telefona 01 49 21 742.

Savjetnička služba časopisa Poslovni savjetnik izgleda ovako, naš tim dnevno odgovori na više od 200 telefonskih upita pretplatnika naše medijske grupacije.

www.business-media-group.com