

# Равнение на клиента



**Михаил Котов,**  
РА «Альф», г.Санкт-Петербург

**ПОСЛЕ** новогодних каникул в Эстонии становится понятно, в чем же проявляются плюсы кризиса. Там мало работы, небольшие зарплаты, а сфера обслуживания туристов Таллина — наиболее хлебная и устроенная отрасль.

Поэтому все работающие в ней знают: права на ошибку у них нет. И любая представленная туристу услуга выверена до мелочей. Есть ощущение, что они все время думают: «Что же еще сделать, чтобы клиенту было удобнее?»

Эта клиентоориентированность поражает. Ведь, оказывается, так мало надо, чтобы

гораздо проще. Это не удорожит товар. Об этом просто не подумали.

Проблема перехода любой российской компании на клиентоориентированность всегда будет сопровождаться одним простым вопросом: «Зачем?» Зачем эта лишняя работа, если клиенты покупают и так? Зачем предоставлять образцы, если достаточно клиентов, которые купят и без них? При нынешнем положении вещей, когда плотно занятых ниш в любой отрасли попросту нет. А если клиентов достаточно и без этого, надо ли напрягаться больше?

чем он заказывал. Кто мешает прикладывать к каждой партии ручек для нанесения три дополнительных для калибровки тампопечати? А листок бумажки размером со спичечный коробок может помочь клиентам еще не знаящим, что после шелкографии надо выстирать вещь и «резиновость» нанесения исчезнет. То, что для профессионалов не является секретом, для остальных может оказаться просто откровением. Многие типографии скотчем приматывают к коробке с готовой продукцией один экземпляр, для идентификации. Но я знаю лишь одну, ко-

## Проблема перехода любой РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ

### НА КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ всегда будет

### сопровождаться одним простым вопросом: «Зачем?»

клиенту было у вас хорошо, чтобы он хотел вернуться, — просто иногда думать о нем, не просто как о мешке с деньгами, но как о человеке, который просто хочет, чтобы ему было удобно.

И разве работа в секторе B2B чем-то отличается? Наши клиенты точно так же хотят, чтобы о них подумали. Равнение на клиента начинается с мелочей, с поиска точек пересечения. Простой пример: получающая товар более чем от 50 производителей, я ни разу не видел вложенного в коробку листочка А5, на котором была бы пусть маленькая, но зачастую такая нужная инструкция по эксплуатации. Как лучше наклеить пленку Oracal? Как пользоваться ролл-апом, чтобы он прослужил долго? Как складывать баннерное полотно, чтобы избежать появления царапин? На все эти вопросы можно было бы дать простой и емкий ответ, который сделает жизнь клиента

Надо. И мне кажется, что рекламная индустрия, имеющая сильную конкуренцию и низкий порог для входа в отрасль, может стать локомотивом российской работы для клиента. Показать всем остальным, что такое забота о клиенте, не просто прописанная и забытая в миссии компании, а ежедневная, пусть не сразу заметная, но такая нужная. Сделать еще чуть-чуть удобней, добавить FAQ на сайт, разработать грамотные раздаточные материалы, давать клиенту чуть больше,

которая вкладывает этот экземпляр в файл. И можно всегда посмотреть получившееся качество, не вскрывая коробку. Сколько стоит прозрачный файл? А забота о клиенте осязаемая.

Надо просто посмотреть вокруг себя, что же еще мы можем сделать, чтобы тем, кто работает с нами, стало удобнее. И поверьте, они сразу оценят такое отношение. Мы все любим, когда о нас думают, просто забываем об этом.



#### Eyes on the client

Mikhail Kotov, director of "Alf" advertising agency, talks about his vision of customer-oriented business. "During transition to customer-oriented services all Russian companies' problems will be followed by one simple question: what is the reason? What is the reason for this extra work if customers keep buying? But it should be. And I think that the advertising industry with a strong competition and a low threshold to enter the market could be the locomotive of Russian customer focus. We have to show everyone the meaning of customer care, and it isn't just a registered and forgotten line in company's mission. It is daily, not noticeable immediately but very necessary thing."