

ШАГ 9

Торжественное открытие, получение первого чека

Церемония открытия – это торжественное мероприятие, которое знаменует собой начало, открытие или запуск чего-то нового. Важно провести ее без заминок.

Если начинает работу новая точка общепита, то церемония открытия прежде всего привлекает клиентов. Кроме того, таким мероприятием владельцы сообщают своим конкурентам, насколько серьезно они настроены на дальнейшую борьбу за покупателей.

С точки зрения внутрикорпоративной деятельности хорошо организованная церемония открытия – это повод сотрудникам компании гордиться собой. А это, в свою очередь, поднимает корпоративный дух, мотивирует сотрудников работать лучше и т.д.

Однако, если на таком масштабном и серьезном мероприятии что-то пойдет не так, в анналах истории такое событие рискует остаться с подпорченной репутацией.

«Как вы лодку назовете, так она и поплывет» – так что, если вы не хотите загубить репутацию «нового корпоративного детища» на корню, приложите все усилия, чтобы избежать ошибок, и предусмотрите сразу несколько вариантов развития событий.

Программа и сценарий

Для того чтобы церемония открытия прошла максимально гладко и профессионально, нужно заранее составить программу мероприятия и подробный сценарий (Пример). Постарайтесь учесть как можно больше деталей и нюансов. Если участников торжества много, проинструктируйте всех заранее. Важно, чтобы все знали время своего выхода, свою роль и момент, когда нужно уйти со сцены.

Кто открывает объект

Кажется логичным, что перерезать ленточку или нажимать на условную кнопку «Пуск» должен руководитель компании – виновница торжества. Но он редко делает это в одиночку. Гораздо чаще для привлечения внимания общественности приглашают известного политика, спортсмена, артиста, общественного деятеля и т.д.

Конечно, необходимо учитывать, что имидж приглашенной персоны должен соответствовать ценностям бренда компании и быть логично увязан с направлением ее деятельности. То есть странно было бы пригласить Николая Валугева на открытие магазина «Все для кройки и шитья».

Если организатором церемонии открытия являетесь вы, то учитывайте, что чем известнее приглашенная персона и чем выше ее статус, тем сложнее вам будет найти равнозначную замену в случае форс-мажора. А с медийными и высокопоставленными людьми такое нередко происходит в силу их чрезвычайной занятости.

Кто ведет церемонию открытия

Ведущий церемонии открытия – почти как тамада на свадьбе. От него зависит градус интереса зрителей и гостей, включая прессу или телевидение. И даже если ваш руководитель чуть ли не сам лично строил открываемый объект, не следует сваливать на него обязанности ведущего. Мало того что он может не иметь способностей массовика-затейника – работа в качестве ведущего не даст ему возможности быть радушным хозяином и виновником торжества: встречать гостей, принимать поздравления и т.д.

Лучший выход – нанять профессионального ведущего. В случае организации бюджетного варианта церемонии подумайте, кто из коллектива вашей компании мог бы справиться с этой нелегкой и специфической задачей и при этом не оскорбиться от такого предложения (все-таки это уже общественная нагрузка, а не выполнение непосредственных рабочих обязанностей). Не забывайте, что лучше всех проведет церемонию открытия тот, кто хорошо знаком с предысторией и спецификой открываемого объекта, а также со всеми участниками проекта.

ПЕРЕРЕЗАНИЕ КРАСНОЙ ЛЕНТОЧКИ

Для организации классической церемонии перерезания красной ленточки вам потребуются красная лента и ножницы с подносом. При этом нужно учесть, кто и где будет стоять. На Схеме 1 представлена церемония открытия с перерезанием красной ленточки с оптимальной организацией пространства.



СМИ И УВЕКОВЕЧИВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Если вы планируете проводить церемонию открытия с участием представителей СМИ, позаботьтесь заранее о составлении и рассылке пресс-релиза о вашем мероприятии в соответствующие редакции.

В нем же можно указать не только организационные подробности предстоящего события (цель, дата, время, место проведения мероприятия), но также историю компании, открывающей объект, перечень членов команды, максимально причастных к работе над проектом, и их «профили», дополнительную информацию об объекте открытия – история создания, технические характеристики, перспективы и т.д.

Клиентский сервис и почему он так важен

Клиентский сервис не ограничивается, например, скриптами для продавцов, это совокупность стандартов, которые учитывают опыт клиента на каждом этапе его пути и создают определенные впечатления. Это комплексный ценностный подход бренда к клиенту.

Как качество клиентского сервиса влияет на бизнес:

Первичная продажа: клиенту нахамили при первом обращении в компанию, и он решил спросить кого-то еще.

Повторная продажа: вы пробуете новую еду, ее привозят холодной. Скорее всего, в следующий раз клиент проверит что-то другое, чем попробует снова.

Репутация бренда: люди склонны делиться негативом гораздо больше, чем хорошим опытом. Один недовольный клиент может оттолкнуть от сотрудничества с компанией до пяти потенциальных клиентов.

Репутация работодателя: мало кто хочет работать в компании с плохой репутацией, и, наоборот, быть причастным к бренду с хорошей историей заманчиво для многих.

Чтобы обеспечить своему клиенту положительный опыт, необходимо понимать его путь на каждом шаге взаимодействия с компанией: от информации или заказа на сайте до работы с возвратами.

Главные проводники клиентского сервиса — ваши сотрудники на всех уровнях. Без отношения к сотрудникам в соответствии с декларируемыми ценностями компании нельзя рассчитывать на то, что впечатления клиентов от работы с компанией будут хорошими.



Какие бывают клиенты и как с ними работать

В «Утконос Онлайн» очень трепетно относятся к клиентскому сервису и стараются находить индивидуальный подход к каждому клиенту. Однако, если говорить, в общем и целом, можно выделить три типичные категории клиентов:

Очень лояльные

Они верят в лучшее, доверяют сервису, никогда не проверяют заказ при получении и очень редко жалуются. Таких клиентов необходимо регулярно поощрять и предлагать уникальные персонализированные предложения.

Клиенты, которые все контролируют

В своем большинстве такие клиенты — это чрезвычайно внимательные ко всему граждане, которые по своим жизненным принципам всегда пишут обратную связь по существенным недостаткам.

Обратная связь может быть ценной, и ее необходимо обрабатывать и отвечать на обращение внимательного к деталям клиента. Таким образом у сервиса есть возможность устранить недостатки и стать лучше.

Самые требовательные клиенты

Досконально все проверяют и просят курьера подождать, пока не закончат. Если и пишут отзыв, то очень подробно описывают все повреждения (иногда даже несуществующие) и присылают многочисленные фото товаров (и даже купленных не в этом заказе, и даже не в «Утконос Онлайн») в надежде получить бонус. Среди и таких клиентов бывают те, которые укажут на те нюансы, которые можно улучшить.

Подводим черту: в любом из вышеперечисленных случаев работает быстрое реагирование на обращение, индивидуальный подход в решении нетривиальной ситуации и честная компенсация от сервиса.