



Команда «ОНИКС» после прыжка с парашютом, июль 2015

КОМПАНИЯ «ОНИКС» — КУРС НА КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ

Успех предприятия на рынке напрямую зависит от степени востребованности предлагаемых клиентам товаров. Казалось бы, все просто — чем лучше изделие, тем выше на него спрос. Однако эта аксиома работала еще 5–10 лет назад, сейчас же высокий уровень ценовой и в большей степени неценовой конкуренции на рынке трубопроводной арматуры и деталей трубопроводов диктует необходимость постоянного развития и совершенствования работы всех его основных игроков. Стремясь к лидерству в своей отрасли, «ОНИКС» ставит перед собой задачу выстраивания системы комплексного удовлетворения потребностей клиентов. Иными словами, компания взяла курс на клиентоориентированность.

ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ С КОМАНДЫ

Основной внутренней клиентоориентированности предприятия является персонал. Квалификация сотрудников, внутренний климат в коллективе, социальные программы и профессиональное развитие и обучение — вот залог формирования команды, мотивированной к продуктивной работе, а значит, и эффективному удовлетворению клиентов.

Компания «ОНИКС» сделала ставку на персонал: молодой, амбициозный и целеустремленный. Но, как показывает практика, для выстраивания клиентоориентированных взаимодействий как характеристики бизнеса, отражающей стремление и умение компании налаживать комфортные взаимовыгодные отношения со своими клиентами — как внешними, так и внутренними, этого может быть недостаточно. Директор по персоналу Мария Данилевская поясняет ситуацию: «Уровень клиентоориентированности в компании достигает максимума, когда сотрудники действительно увлечены своей работой, когда каждый из них осознает свою ценность и значимость, видит, что компания проводит честную, открытую и справедливую политику по отношению к сотрудникам и клиентам. Именно поэтому создание комфортных условий труда, реализация грамотной социальной программы, систематическое обучение и развитие творческого потенциала персонала, честность и открытость являются основными принципами нашей компании».

Чаще всего термин «клиентоориентированность» трактуется несколько прямолинейно: через ориентацию фирмы исключительно на удовлетворение потребностей клиента. Но возможна ли внешняя клиентоориентированность без внутренней? Ответ очевиден и однозначен — нет.

Сплочению команды компании способствуют не только работа и профессиональные обучения, но и корпоративный отдых — за последние два месяца сотрудники «ОНИКС» успели прыгнуть с парашютом, пройти веревочный парк и коллективно сходить на футбольный матч.

Менеджер по продажам Наталья Тоффинец отмечает: «Эффективность работы значительно повышается, когда ты лучше знаешь людей, с которыми взаимодействуешь в ходе своей повседневной деятельности. Все мероприятия, проводимые в компании, благоприятным образом отражаются на внутрифирменных отношениях. Мы всегда можем рассчитывать на взаимную помощь и поддержку как в рутинной работе, так и при возникновении сложных, нестандартных ситуаций».



Отгрузка продукции со склада «ОНИКС» в среднем будет занимать не более 30 минут

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КАЖДОМУ КЛИЕНТУ

Крепкий фундамент для выстраивания системы клиентоориентированности в компании уже есть — это ее сотрудники. В настоящее время ведется активная работа по изучению всех потребностей действующих и потенциальных клиентов компании. Для этого проводятся как полевые, так и кабинетные маркетинговые исследования, функционирует служба контроля качества, целью которой является постоянное совершенствование качества предоставляемых услуг, в том числе путем независимой оценки работы сотрудников самой компании.

«Мы с регулярной периодичностью проводим опросы наших клиентов, узнавая у них, насколько они удовлетворены работой «ОНИКС», есть ли у них какие-либо замечания, пожелания и рекомендации по поводу дальнейшего сотрудничества. Для нас важен каждый отзыв, каждое мнение», — комментирует ситуацию Татьяна Кашникова, начальник отдела маркетинга.

Обратная связь, получаемая от клиентов, затем детально рассматривается и трансформируется в конкретные мероприятия, направленные на более качественное удовлетворение потребностей заказчиков. Так, на данный момент в стадии планирования и реализации находится более 50 мероприятий, за исполнение каждого из которых назначен ответственный специалист. В списке конкретных мер, к примеру, сокращение времени ответа на запрос клиентов по необходимым документам с 1 дня до 3 часов, более оперативное обслуживание клиентов на складе (в пределах 30 минут), обеспечение сохранности документации, прикладываемой к продукции, путем ее вложения в папки-конверты на молнии, применение новой формы оплаты продукции — за наличный расчет.

В проекте клиентоориентированности задействованы абсолютно все подразделения компании, но на передовой линии фронта, безусловно, находится отдел продаж. В компании «ОНИКС» звук телефонного звонка редко умолкает в течение рабочего дня — менеджеры отдела продаж отвечают более чем на 700 звонков и электронных писем в день, оформляя при этом свыше 100 коммерческих предложений. «Мы осознаем всю значимость нашей работы и стараемся найти индивидуальный подход к каждому заказчику, выстраивая с ними прочные долговременные отношения. Наш рынок является высококонкурентным, и если мы не будем лучшими, то клиент уже завтра обратится к конкурентам», — продолжает диалог Наталья Тоффинец.

За каждой компанией, являющейся клиентом «ОНИКС», закреплен свой персональный менеджер, который оперативно решает все возникающие в процессе работы вопросы, а при необходимости предоставляет любую запрашиваемую клиентом информацию. И это касается не только таких рядовых вопросов, как наличие продукции на складе или актуальные цены. К отгружаемой продукции также могут быть приложены все необходимые документы: паспорта и сертификаты качества. Порой менеджерам даже приходится организовывать фотосъемку отгружаемой продукции, чтобы наглядно показать ее качество и презентабельный внешний вид. Одним словом, отдел продаж делает все возможное, чтобы клиент был доволен и вскоре вернулся с новым заказом.

Клиентоориентированный подход формирует понимание того, что в действительности нужно клиенту не только сегодня, но и в будущем. День за днем команда «ОНИКС» работает над тем, чтобы это понимание было более четким и ясным.



Кирилл Михайлов,
пресс-служба компании
«ОНИКС»



Наталья Тоффинец,
менеджер по продажам