

BOK

11-12/2017
(21)

Biuletyn Obsługi Klienta

**Tu, Klient ocenia
wszystkimi zmysłami**

– wywiad z Anitą i Krzysztofem Otrębskimi,
właścicielami restauracji Stacja Wawer

Szkoleniowy OKTAGON,

skrypty i scenariusze obsługi

O kredytach i pożyczkach

nie tylko na Święta

Rozdajemy świąteczne
prezenty – s.16

Biuletyn Obsługi Klienta CX - BOK

Głównym graczem rynkowym staje się coraz częściej klient. Powoduje to zmiany w sposobie działania wielu firm i upowszechnianie narzędzi służących podnoszeniu jakości współpracy z nabywcami i użytkownikami produktów i usług.

CX-BOK to miesięcznik branżowy środowiska zajmującego się profesjonalnie zagadnieniami związanymi ze sprzedażą, obsługą, wsparciem, serwisem oraz rozpatrywaniem reklamacji i skarg klientów.

W naszym biuletynie poruszane są następujące zagadnienia:

- Określanie znaczenia obsługi klienta w strategiach firm
- Tworzenie efektywnych modeli biznesu z uwzględnieniem roli klienta
- Przygotowanie do sprzedaży i przedsprzedaż
- Sposoby docierania do klienta
- Badania jakości świadczenia usług sprzedażowych i posprzedażowych
- Techniki negocjacyjne i sprzedażowe w obsłudze klienta
- Relacyjność i utrzymywanie kontaktów z nabywcami i użytkownikami
- Efektywność wykorzystywania narzędzi obsługi i narzędzi wsparcia obsługi
- Narzędzia i sposoby przyspieszania edukacji zawodowej
- Twarze rynku Customer Experience w kraju i na świecie
- Ciekawe opisy strategii i modeli biznesowych na świecie
- Benchmarki na rynku CX i CEM
- Nowości w dziedzinie oceny personelu pracowniczego i menedżerskiego w branży CX
- Aktualności ze świata obsługi klienta

Wydawcą Biuletynu Obsługi Klienta są



CCMS•WYDAWNICTWA

Spis treści

3. Tytułem wstępu...

4. Tu, klient ocenia wszystkimi zmysłami –
wywiad miesiąca

7. Szkoleniowy OKTAGON w działach Obsługi Klienta
i Sprzedaży

12. Czy (na Święta) musimy pożyczać? Jeśli tak, to gdzie
i na co zwracać uwagę

15. Kredyty i pożyczki nie tylko na Święta

15. Rozdajemy Święteczne prezenty!



Grudzień to czas wzmózonych starań o klienta. Firmy przygotowują się zawczasu do kilku tygodni wytężonej pracy, nierzadko wykonywanej w standardach daleko wykraczających poza te rutynowe, całoroczne działania. W tym czasie ma być szybko, dokładnie tak jak chcemy i na dodatek ...dużo. I wielu z nas tylko świąteczne reklamy przypominają o tym, że ma być jeszcze przyjemnie i refleksyjnie... Zazwyczaj nikt jednak nie będzie kwestionował tego typu zjawiska, ponieważ w wielu branżach sprzedaż w ciągu całego roku rozkłada się często tak, że w czasie dwóch miesięcy (listopad – grudzień) realizowane jest często od 50% do nawet 60% całorocznej sprzedaży. Tak już jest i dobrze zdawać jest sobie z tego sprawę. Z jednej strony mamy więc wytężone działania handlowców, a z drugiej potrzeby (często dodatkowo wykreowane przez speców od marketingu) klientów. W wielu przypadkach „nakręcaniu świątecznej koniunktury” towarzyszą wzmózone akcje kredytowe. A to przecież także sprzedaż.

W ostatnim tegorocznym Biuletynie przekażemy także kilka naszych uwag, być może kontrowersyjnych, na temat przygotowywania i przeprowadzania szkoleń. Koniec roku to dobry czas, aby przeanalizować i podsumować także i w tym obszarze to, co zostało zrobione, czego zabrakło i co w przyszłym roku powinno się zrobić lepiej.

W naszym wywiadzie miesiąca, na przykładzie przedsiębiorców z branży restauracyjnej – właścicieli warszawskiej restauracji Stacja Wawer, opowiemy o specyfice obsługi klienta w tym obszarze. Dowiemy się, jak dzięki osobistym doświadczeniom i chęci zrozumienia gości odwiedzających ich lokal wpłynąć na to, aby wizyta w restauracji pozostała doceniona nie tylko przez podniebienie, ale i serce klienta doceniającego wysublimowane smaki.

Na podsumowania naszych tegorocznych działań przyjdzie czas, ale najważniejsze dla nas jest to, że kończy się kolejny rok, w którym świadomie staraliśmy się przekazywać Czytelnikom nasze doświadczenia i wiedzę. Obiecujemy, że w następnych wydaniach Biuletynu, zadbamy o kolejne, inspirujące i przydatne na co dzień tematy.

Póki co, życzymy samych przyjemności, wiele radości i jak najwięcej beztróski w czasie, kiedy świętować będziemy tak ważne, bez względu na poglądy religijne i społeczne, najbardziej radosne święta w roku.

Redakcja Biuletynu Obsługi Klienta

CX-BOK

Biuletyn Obsługi Klienta

CX-BOK to miesięcznik branżowy środowiska zajmującego się profesjonalnie zagadnieniami związanymi ze sprzedażą, obsługą, wsparciem, serwisem oraz rozpatrywaniem reklamacji i skarg klientów.

Kontakt do redakcji

CX-BOK@customercare.com.pl

tel.: 780 106 820

www.customercare.com.pl

Zespół redakcyjny

Sylwester Kućmierowski
Robert Waker
Natalia Sokal

Zespół autorów

Sylwester Kućmierowski
Robert Waker
Piotr Merkel
Klaudia Tolman
Jakub Trochim

Nakład - 2440 egz.

reklama@customercare.com.pl

Sekretariat Wydawnictw
tel.: +48 780 10 68 20

Dział Komunikacji Marketingowej
Tel. + 48 793 34 44 88

Zdjęcia i ilustracje:
Stacja Wawer, Pixabay

Tu klient ocenia wszystkimi zmysłami

Rozmowa z Anitą i Krzysztofem Otrębskimi, właścicielami warszawskiej restauracji Stacja Wawer

Stacja Wawer to restauracja, której menu określicie jako kuchnie świata, jednak większość dań nawiązuje do kuchni włoskiej czy szerzej – śródziemnomorskiej. Jaki wpływ na taki profil mają Wasze własne doświadczenia, a na ile jest to krok w stronę oczekiwań i preferencji Waszych stałych i nowych klientów.

Anita i Krzysztof (AiK): W naszym menu dania kuchni śródziemnomorskiej są rzeczywiście stałą pozycją. To był przemyślany krok, ponieważ zwłaszcza kuchnia włoska, jest u nas dość dobrze znana. Przyzwyczajeni jesteśmy do tych potraw i ich smaków od dawna. Jest to więc propozycja, która, co sprawdziliśmy, zadowala szerokie grono klientów. Zresztą w kuchni polskiej są nie od dziś, bo zwykle uważa się, że już od czasów Bony Sforzy, bardzo wyraźnie widoczne wpływy kuchni włoskiej. Nie oznacza to, że nie staramy się uatrakcyjnić menu Stacji Wawer o nowe, inne smaki, mające swoje korzenie w innych regionach Europy.

Restauracja mieści się w C.H. Ferio w warszawskiej dzielnicy Wawer. To peryferia miasta. Czy Wasi klienci, mają tu inne oczekiwania niż w centrum Warszawy? Wiem, że macie w tym zakresie dużą wiedzę, bo prowadziliście wcześniej inny lokal gastronomiczny w Centrum Warszawy.

AiK: Rzeczywiście, prowadziliśmy działalność gastronomiczną w ścisłym centrum Warszawy. Był to jednak mały lokal, nastawiony przede wszystkim na klientów zainteresowanych zestawami śniadaniowymi i lunchowymi, w dużej mierze zamawianymi w trybie na wynos. W stacji Wawer nastawieni jesteśmy przede wszystkim na klientów, których obsługujemy u nas na miejscu, z możliwością niemalże patrzenia kucharzom na ich ręce.

To jedna z głównych różnic. W centrum miasta da się odczuć codzienną większą gonitwę. Tu z pewnością jest spokojniej, a to sprzyja stworzeniu atmosfery odpoczynku i chwili oderwania myśli od codzienności przy jedzeniu.



Niezależnie od tego gdzie, obsługa klienta w restauracji ma swoją szczególną specyfikę. Jest wiele rzeczy, rzecz jasna poza jedzeniem, na które trzeba zwracać uwagę. Co waszym zdaniem sprawia, że klient jest zadowolony z obsługi, przez co zawsze chce wracać?

AiK: To prawda. Nie chodzi tylko o jedzenie. Zresztą przecież wielu klientów przychodzi do restauracji po to, żeby po prostu miło spędzić czas, czy spotkać się i porozmawiać ze znajomymi. Trzeba więc starać się zapewnić im do tego odpowiednie warunki. I równie ważne jest tu zaproponowanie odpowiedniego stolika, polecenie przez kelnera wybranych dań z menu, czy mniej lub bardziej – można powiedzieć „intensywna” obsługa w czasie pobytu w restauracji. Bo tu także są różne oczekiwania. Im lepiej je rozpoznamy, tym klient będzie bardziej zadowolony i, mamy nadzieję, będzie do nas wracał.

Restauracja to także miejsce, gdzie nie tylko w przenośni, ale i dosłownie trzeba chodzić wokół klienta. Co w waszej opinii jest kluczem do takiego poziomu obsługi, który będzie w pełni akceptowany, no i czy każdego można zadowolić?

AiK: Tak jak powiedzieliśmy wcześniej, najważniejsze jest dostosowanie się do jego oczekiwań. Dlatego ważne jest dla nas to, co o nas myślą i jak nas oceniają. Zadanie przez obsługę restauracji pytania: czy wszystko w porządku? Czy smakowało Państwu? To nie tylko grzecznościowy zwrot. Chcemy naprawdę dowiedzieć się jak klienci nas oceniają, a jeśli pojawią się krytyczne uwagi, to jest to dla nas informacja na co ewentualnie zwrócić uwagę, co poprawić lub zmienić. A czy każdego można zadowolić? Staramy się, żeby tak właśnie było, ale jeśli czegoś nie widzimy to, tak jak wspomnieliśmy, jesteśmy otwarci na opinie i uwagi.



Wiele firm w obsłudze klienta stosuje, opisane dokładnie, z pietyzmem, scenariusze działania. Niektórzy twierdzą, że jest to bardzo pomocne, bo mamy wówczas spisane to, co należy klientowi przekazać, jak zareagować na jego prośby, uwagi itp. a na co można przymykać oczy. Jak to wygląda w Waszej restauracji? Bo to, że kelner powinien dobrze znać menu, umieć doradzić i zachęcić, to chyba nie jest wszystko?

AiK: To chyba tak jak w każdym biznesie – pewnych rzeczy trzeba się nauczyć. Jeśli pomocne będzie spisanie sobie pewnych rzeczy to dlaczego tego nie zrobić? I nie chodzi tu tylko o menu. Klienci, którzy do nas dzwonią, żeby zarezerwować stolik, a jeszcze u nas nie byli, pytają np. czasami o to, jak do nas najlepiej dojechać, gdzie zaparkować itp. O takich rzeczach też trzeba im powiedzieć i doradzić. Jeśli więc np. zatrudnimy nową osobę, to o tym musi też wiedzieć i umieć doradzić klientowi. Restauracja nie jest oczywiście biurem, więc po takie rzeczy nie możemy tak łatwo sięgnąć do notatek czy komputera. Musimy to po prostu wiedzieć i przekazać klientowi.

Coraz częściej mówi się o tym, że klienci zwracają swoją uwagę przede wszystkim na poziom i komfort obsługi. To rodzi u nich zaufanie do produktu, marki i ludzi pracujących w firmie. Sam towar czy usługa, choć oczywiście musi spełniać oczekiwania, nie jest wymieniany na pierwszym miejscu. Powiedzcie, jak to wygląda w waszej branży? Czy Waszym zdaniem wystarczy tylko dobrze zjeść, żeby być zadowolonym?

AiK: Można na to spojrzeć tak. Jesteśmy restauracją, więc to co oferujemy, to co jest w naszym menu, musi zachęcać klienta do odwiedzin w Stacji Wawer. Jeśli więc klient do nas przyjdzie i doceni smak naszych dań, to oczywiście będzie to dla nas bardzo miłe. Ale wiemy, że będzie w pełni zadowolony tylko wtedy, kiedy doceni także inne rzeczy. W restauracji, już praktycznie u drzwi, klient ocenia przecież wygląd, czuje zapach potraw, potem ocenia także obsługę. To wszystko składa się na jego ocenę tego, co u nas zjadł.

A teraz odwróćmy pytanie. Każdy klient jest cenny, ale czy są jakieś szczególne cechy, które restaurator lubi u klientów?

AiK: Prowadzenie restauracji to nasza praca. Staramy się każdemu naszemu klientowi dać to, czego oczekuje. Oczywiście cieszymy się, kiedy nasi klienci przychodzą do nas nie tylko zjeść, ale także odpocząć i miło spędzić czas. Często jest tak, że stworzona przez nich dobra atmosfera udziela się innym. Wiemy jednocześnie, że bywają sytuacje, w których klienci mogą być zniecierpliwieni. Duża liczba klientów oczywiście cieszy, ale czasem oznacza to brak wolnych stolików dla innych lub zbyt długie – w opinii klienta, oczekiwanie na zamówione danie. Staramy się, jak tylko możemy, unikać takich sytuacji, ale czasami jest to niezależne od nas. Dlatego cenimy sobie wyrozumiałość i o nią w takich sytuacjach prosimy.

Restauracja to też firma, a w przypadku każdej firmy o sukcesie decyduje także to, jak współpracują zatrudnieni w niej ludzie, bo smaczne danie na talerzu klienta to przecież finał pracy wielu osób. Jak tworzyliście swój zespół? Czy rotacja personelu to rzeczywiście duży problem w tej branży?

AiK: Chyba w każdej firmie najlepiej się pracuje, jeśli sytuacja jest stabilna, a dotyczy to także pracowników. Rotacja personelu i wdrażanie do pracy nowych osób to coś, z czym i my mamy do czynienia. Oczywiście takie sytuacje bywają czasem kłopotliwe, a wprowadzanie zmian wymaga czasu potrzebnego na przekazanie odpowiedniej wiedzy, przeszkolenie itd. Możemy jednak powiedzieć, że po dwóch latach istnienia Stacji Wawer, udało nam się stworzyć naprawdę dobry i zgrany zespół. Ale zmiany personelu mogą mieć także i dobre strony. Zdarzało nam się, że na miejsce osoby, która zrezygnowała z pracy u nas przyszedł ktoś, kto wniósł coś nowego i ciekawego. Ciekawe może być dla czytelników to, że pracował u nas „oryginalny” pizzaiolo – Włoch. A kto jak nie Włosi znają się najlepiej na robieniu pizzy!

Świadczyce usługi przede wszystkim na miejscu. W Stacji Wawer. Czy można także zamówić u Was usługi gastronomiczne na zewnątrz, a jeśli tak, to w jakim zakresie? Czy w takich przypadkach klienci kontaktują się z wami tylko telefonicznie czy także mailowo, a może preferują osobistą wizytę, żeby najpierw posmakować i ocenić (nie tylko jedzenie)?



AiK: Działamy przede wszystkim na miejscu, w naszym lokalu. Zdarzają się oczywiście zlecenia organizacji cateringu na zewnątrz. Organizujemy także imprezy zamknięte. W takim przypadku kontakt telefoniczny jest zazwyczaj tym pierwszym, w którym klient chciałby dowiedzieć się czegoś więcej o naszych możliwościach. My staramy się oczywiście, na ile to możliwe przez telefon, opisać to co oferujemy. Zachęcamy i zapraszamy oczywiście do odwiedzin i omawiania wszelkich szczegółów u nas, na miejscu. Oczywiście standardowo drogą telefoniczną przyjmujemy rezerwacje stolików.

Jaki jest Wasz największy kulinarny, a jaki biznesowy sukces? Na ile jest to tożsame?

AiK: ... Zdarza się, że naszym stałym klientom serwujemy próbki nowych potraw lub win wcześniej nie oferowanych. Jeśli klient, który dawno (a czasami nigdy wcześniej) nie jadł krewetek, muli i ośmiorniczek stwierdza, że danie było świetne a wino dobrze dopasowane do potrawy, to uśmiech na naszej twarzy długo się utrzymuje. Radość z takich właśnie rzeczy i sytuacji, to właśnie nasz największy sukces...

Dziękuję za rozmowę.

Robert Waker

Szkoleniowy OKTAGON w działach Obsługi Klienta i Sprzedaży

Pod koniec każdego roku kalendarzowego, staramy się przedstawiać zagadnienia związane ze szkoleniami pracowniczymi i przyglądamy się zmianom zachodzącym w umysłach menedżerów i pracowników, będących następstwem dobrze przeprowadzonych działań szkoleniowych w rozmaitych organizacjach.

To jest oczywiście pozornie duże uogólnienie. Jeśli tworzymy zespół od podstaw lub rozwijamy go w szybkim tempie, szkolenia muszą tak właśnie w11yglądać. Wszyscy pracownicy uczestniczą we wszystkich modułach szkoleniowych, pozyskują wspólnie wiedzę i zdobywają doświadczenie, ale równie ważną rzeczą (celem) realizowaną



Dotychczas opisywaliśmy jedynie pozytywne aspekty organizacyjne i edukacyjne szkoleń, więc przyszedł teraz czas na to, by przedstawić nasz punkt widzenia tego, czym chełpić się nie powinniśmy.

My menedżerowie, jeśli jesteśmy faktycznymi menedżerami, a nie jedynie nadzorcami pracy jakiejś grupy pracowniczej, powinniśmy dbać o poziom wyszkolenia swoich ludzi. Bo to głównie My odpowiadamy za naszych ludzi i za wykorzystywanie tkwiącego w nich potencjału. Czego w związku z tym do tego potrzebujemy?

Po pierwsze: Jeśli w dojrzałych organizacjach szkolimy wszystkich pracowników w taki sam sposób to znaczy, że niewiele o nich wiemy i słabi z nas menedżerowie.

przy tej okazji jest pokazanie pracownikom tego, kto z nich i w jakim zakresie, dysponuje tymi specjalnymi predyspozycjami, a także kto z nich posiada specjalne - unikalne umiejętności w jakimś zakresie.

Dlaczego jest to takie ważne?

Ano właśnie dlatego, że najlepsze szkolenia prowadzą zawsze osoby, które można uznać za bezstronne, których zadaniem jest wypracowywanie zaaprobowanych wcześniej standardów, które mają odpowiedni dystans do zagadnień jakości i właściwego stylu działania. A w końcu, mają też wiedzę i doświadczenie w zakresie tego, jak zachowują się inni gracze na rynku i jakie skutki to za sobą pociąga. Są ekspertami w swoich dziedzinach.

Szkolenia doraźne - takie kilkugodzinne, możemy zawsze przeprowadzać swoimi własnymi siłami trenersko-szkoleniowymi lub menedżersko-szkoleniowymi, natomiast szkolenia merytoryczne, te wymagające także wiedzy psychologicznej, ekonomicznej i narzędziowej, powinny być przeprowadzane przez autorytety szkoleniowe. Nie mówię o nich Mistrzowie, czyli starzy menedżerowie, którym nie chce się już podejmować ryzyka zarządzania i realizują się teraz w szkoleniach, tylko rzeczywiście osoby, które potrafią nauczyć innych tego, co im się wkrótce przyda lub może przydać.

Wniosek 1: szkolenia nigdy nie są jednorodne. Krótkie, o charakterze doraźnym, dobrze jest wykonywać przy okazji innych działań o charakterze operacyjnym. Szkolenia większe powinny być prowadzone przez osoby obiektywne, z praktyczną wiedzą na dany temat, z szerokim spojrzeniem na zagadnienie wyjątkowości każdego, pojedynczego biznesu.

Jeśli tego nie uwzględnimy to większość pieniędzy przeznaczonych na szkolenia pracownicze wyrzucimy po prostu w przysłowiowe błoto!

Gdzie szkolić i w jaki sposób?

Miejsce szkolenia jest zawsze bardzo ważnym elementem wpływającym na skuteczność działania. Szkolenia całodniowe lub kilkudniowe nie powinny być przeprowadzane w miejscach, z których uczestnicy mogą doraźnie wychodzić, by wykonywać swoją bieżącą pracę... Korzyść z takiego szkolenia dla nich jest żadna. Bardziej wtedy myślą o tym, co muszą zrobić (zawodowo), a nie o tym czego nowego mogą się dowiedzieć lub nauczyć.

Wniosek 2: szkolenia o naturze innej niż doraźna, należy organizować zawsze poza firmą macierzystą (z wyjątkiem szkoleń organizowanych w Centrali Korporacji, jeśli są one przeznaczone dla pracowników ośrodków terenowych/regionalnych), zawsze w sposób, który uniemożliwia uczestnikom wykonywanie zadań codziennych w tzw. międzyczasie.

Co najbardziej przeszkadza w skutecznym przeprowadzeniu takiego szkolenia?

Łatwy dostęp do telefonów, maili, mms'ów i sms'ów, to utrapienie szkoleniowców. Telefony powinny być wyłączone na cały dzień. Włączanie ich w czasie przerw powoduje, że ich użytkownicy myślą o potencjalnie nieodebranych rozmowach, o nieodpowiedzianych wiadomościach mailowych, czy ciekawych mms'ach. Oczywiście sytuacje ekstremalne powinny być zawsze uwzględniane

(jesteśmy przecież dorosłymi ludźmi) ale nie sprzyjają one nigdy osiągnięciu szkoleniowej efektywności.

Również korzystanie z laptopów powoduje co najmniej podejrzenia, że są one wykorzystywane do innych celów, niż te związane z przeprowadzaniem szkoleniem i pozwalają na wykonywanie czynności co najmniej zbytecznych.

Dlatego część rozsądnych firm woli udostępniać aplikacje szkoleniowe na swoich komputerach, będących na wyposażeniu firmy szkolącej, niż podłączanie przez internet indywidualnych komputerów pracowniczych z nieograniczonym dostępem do sieci. Szkolący zawsze ma dylemat, zawsze ma wątpliwości, a jak uczy doświadczenie, z reguły ma wtedy rację.

Wniosek 3: Jeśli istnieje potrzeba korzystania z komputerów /stacji roboczych najlepiej jest, jeśli nie są to komputery uczestników, że swobodnym dostępem do sieci internetowej. Dostęp do sieci przez stacje będące na wyposażeniu szkolącego jest najlepszym i w zasadzie jedynym rozsądnym rozwiązaniem.

Czy szkolenia powinny obejmować zawsze całe jednostki organizacyjne w strukturze firmy?

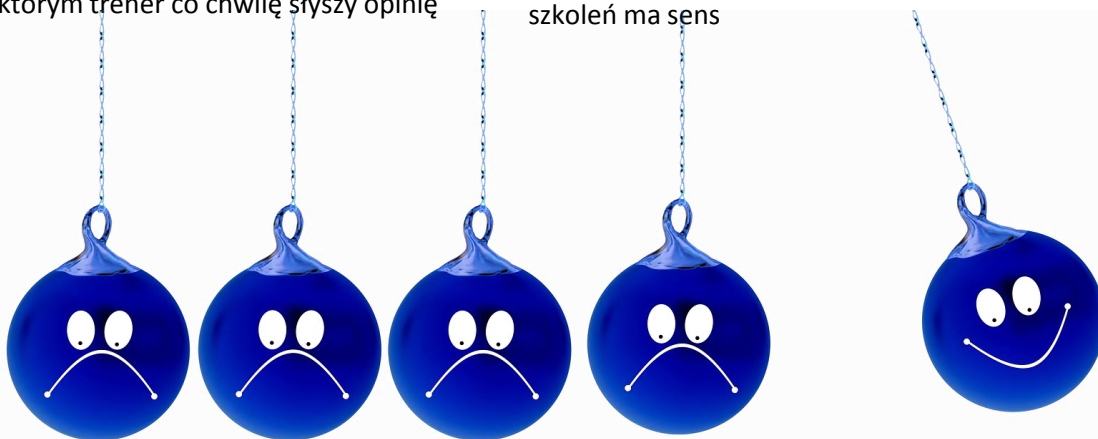
Oczywiście, że byłoby to genialne rozwiązanie, bo każdy otrzymywałby zawsze te same informacje, tą samą wiedzę. Ale z drugiej strony, jeśli różne grupy pracownicze szkolone są przez różnych trenerów, a potrafią wymieniać się ze sobą po szkoleniu swoimi doświadczeniami w sposób otwarty, to być może taki melanż (nieco inne ćwiczenia, nieco inne interpretacje tych samych faktów, zjawisk, nieco inna postawa trenera itd.) dawałby najlepsze efekty. Tak, ale tylko wówczas, kiedy współpraca w zespole przeważa nad rywalizacją pomiędzy jednostkami pracowniczymi.

Współczesny biznes realizowany jest dzisiaj bardzo często w trybie ciągłym 24/7/365 a to powoduje, że możliwości przeprowadzenia szkolenia dla wszystkich w tym samym czasie są żadne. Przy dużych jednostkach organizacyjnych to nie jest problem, przy małych niestety jest. Zespół ośmioosobowy pozwala na przeszkolenie dwóch grup po 4 osoby. Szkolenie dla 4 osób daje możliwość bardziej precyzyjnego, dostosowanego niemalże do każdego z pracowników osobno, szkolenia. Ale koszty? ... koszty szkolenia na osobę stają się bardzo wysokie. Lepiej, w takim przypadku, jest pomyśleć o szkoleniu e-learningowym, a później o trzykrotnie lub dwukrotnie krótszej sesji warsztatowej, służącej omówieniu jedynie wątpliwości i specyfiki. Ale e-learning często współcześnie wykorzystuje się w zupełnie inny sposób, a techniki tego wykorzystywania też pozostawiają wiele do życzenia.

Wniosek 4: Najtrudniej organizuje się szkolenia dla działów z liczbą pracowników mniejszą niż ca. 20 osób, pracujących w trybie ciągłym, zmianowym. Wykorzystanie doskonałego narzędzia szkoleniowego, jakim jest e-learning, ma w takich przypadkach głęboki sens, choć ciągle pozostawia niedosyt.

Czy jest sens przeprowadzania szkoleń pod kątem posiadanych wcześniejszych kwalifikacji czy raczej lepiej jest mieszać poziomy kwalifikacji personelu?

Najbardziej niekorzystnym rozwiązaniem jest stan, w którym trener co chwilę słyszy opinię



„o tym już mieliśmy szkolenie, to już znamy”. Świadczy to o tym, że organizator kompletnie nie rozpoznał potrzeb i nie potrafił dostosować szkolenia do poziomu wiedzy i kompetencji pracowniczych. Dla trenera jest to również bardzo trudna sytuacja. Musi on zmieniać program szkolenia na bieżąco, bez możliwości wcześniejszego dopracowania jego układu i treści. Oczywiście, w sytuacjach które tego wymagają, trenerzy radzą sobie w taki sposób, że na początku szkolenia standardowego (możliwego do zrealizowania przez trenerów) przeprowadzany jest test umiejętności, wiedzy i kompetencji. I jeśli z otrzymanych odpowiedzi wynika, że jakieś tematy nie są właściwie opanowane, można je, a w zasadzie koniecznie trzeba, przeprosować jeszcze raz, i jeszcze raz, aż do skutku... Tutaj testy spełniają swoją rolę w sposób genialny. Można je przeprowadzić na kilka dni przed rozpoczęciem szkolenia, by w czasie jego rozpoczynania móc powiedzieć: „po sprawdzeniu waszych umiejętności, postanowiliśmy nadrobić braki w następującym zakresie: ...”.

Test służyć może również temu, by osoby doskonale radzące sobie z konkretną listą tematów, nie musiały uczestniczyć w szkoleniu. Ważne jest jednak, by nie odniosły one wrażenia, że są w ten sposób karane za ... swoje podwyższone kompetencje („ty pracuj, a inni pójdą sobie dzisiaj na szkolenie”). Takie działanie ma być przejawem uznania specjalnych predyspozycji i umiejętności, a nie stanowić powód do odcinania najlepszych od nowej wiedzy.

Wniosek 5: Jeśli chcemy stworzyć w zespole atmosferę rywalizacji, dać pracownikom poczucie, że są wśród nich lepsi, bardziej kompetentni i ci, którzy muszą trochę „nadgonić”, to mieszanie uczestników szkoleń ma sens

W innym przypadku natomiast, może stanowić to duże zagrożenie i lepiej jest unikać tego typu działania (co może skutkować jednak tym, że kompetentni będą mieć dodatkową „zabawę”, a niekompetentni nie będą mieli okazji by się skutecznie czegoś nauczyć).

Czy warto jest by w szkoleniach dla personelu podstawowego brali udział ich menedżerowie?

To jest, wbrew pozorom, bardzo ważne pytanie. Czy zatem uczestniczenie menedżera i jego podwładnych w szkoleniach i świadomość trenera dotycząca tego faktu, wpływa w istotny sposób na przebieg szkolenia? Odpowiem, że poza sytuacjami skrajnymi i bardzo rzadkimi, ma to istotne znaczenie. Trener stara się wówczas mówić tak, by menedżer nie wyrażał sprzeciwu, a szkolenie nie zamieniło się w potyczkę dwóch osób: obiektywnego eksperta i zadaniowego nadzorca. W czasie takiego szkolenia na pewno nie zwiększymy obszaru kompetencji u pracowników. Są jednak szkolenia, które wymagają obecności menedżera. Są to szkolenia mające za zadanie perswadowanie pracownikom narzuconego modelu biznesowego.

Wówczas to, trener jest sprzymierzeńcem firmy i menedżera. A celem jego działań jest spowodowanie by realizowane koncepcje działania stały się akceptowalne przez szkolone zespoły wykonawcze.

Reasumując: najlepszym rozwiązaniem jest konsultowanie i uwzględnianie sugestii trenera w zakresie tego, czy menedżer (menedżerowie) ma uczestniczyć w całym szkoleniu.

Wniosek 6: Należy bardzo uważać na to, jaki wpływ na przebieg i rezultaty szkoleń będzie mieć obecność menedżera w trakcie zajęć i jego aktywne współuczestnictwo w szkoleniu. Jeśli jest ono uzasadnione, menedżer pod żadnym pozorem nie może próbować odgrywać roli osoby najmądrzejszej. Ma być obserwatorem oraz uczestnikiem pasywnym. Jego aktywność, zwłaszcza nadmierna, świadczyć będzie wyłącznie o jego słabych kwalifikacjach menedżerskich, niezrozumieniu swojej roli w organizacji i niekorzystnych cechach osobowych/charakterologicznych, przejawiających się nadmierną samoegzaltacją, małostkowością, a także brakiem jakiegokolwiek zaufania wobec swoich podwładnych.

Jaką rolę odgrywają wspólnie mentoring i coaching, i czy są tak skuteczne, jak to się opisuje w literaturze fachowej?

Coaching, traktowany najczęściej jako bardzo silnie zindywidualizowane szkolenie, prowadzone w trybie quasi warsztatowym. Jest niezwykle efektywnym narzędziem szkoleniowym, ale narzędziem uzupełniającym, a nie podstawowym. Wykorzystywanie go, oprócz stworzenia atmosfery dostosowywania użytej treści do realnych potrzeb każdego pracownika, stwarza wrażenie skutecznej kontroli i precyzyjnej oceny.

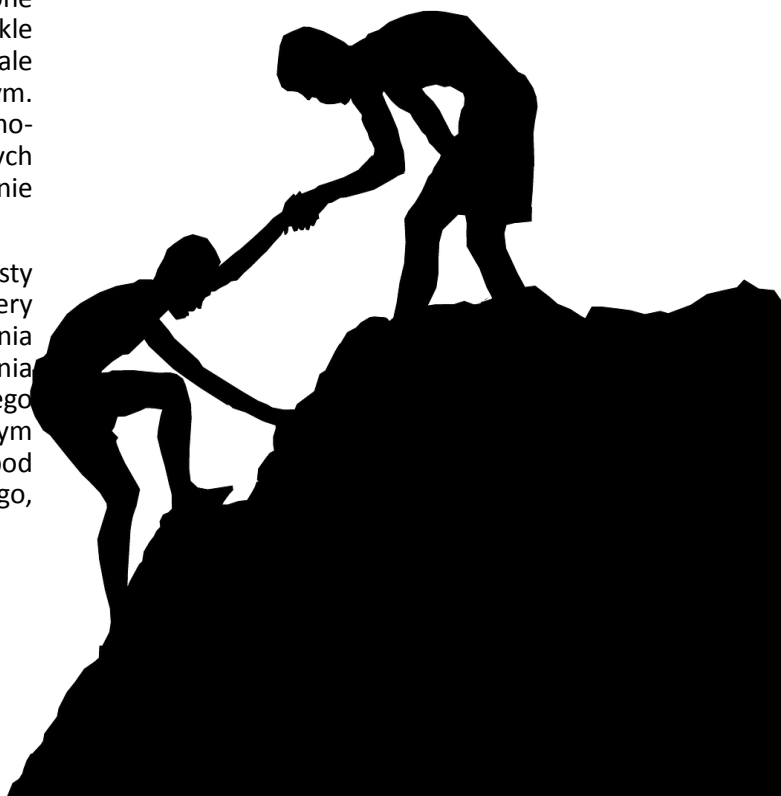
Mentoring może być rozumiany jako swoisty coaching, ale nie odnoszący się do sfery umiejętności, a raczej do sfery podejmowania decyzji, rozumienia natury działania, tworzenia powtarzalnych schematów dla innych. Dlatego też, często mówi się o mentoringu, jako swoistym permanentnym coachingu, dokonywanym pod kątem kształtowania osobowości potencjalnego, swojego przyszłego następcy/sukcesora.

Wniosek 7: Im bardziej organizacja jest oceniana na kompletnie przygotowaną do bieżących działań, tym częściej te dwie formy powinny zastępować tradycyjne szkolenia.

Wskazane jest poddawanie mentoringowi wyłącznie osób, z którymi wiążemy nadzieję na wykorzystanie ich w przyszłości w charakterze samodzielnych menedżerów lub swoich własnych następców.

Jak planować i jak wykorzystywać budżety szkoleniowe?

We współczesnych firmach trwa nieustanna walka pomiędzy ośrodkami decyzyjnymi w zakresie planowania oraz wykorzystywania budżetów szkoleniowych. Ale naprawdę wiele złego przynosi przekazanie kompetencji w zakresie organizacji i prowadzenia szkoleń wyłącznie i bez widocznych, obiektywnych przesłanek, do działów HR, do osób niezwiązanych z biznesem. Dział HR może bowiem planować, organizować i przeprowadzać szkolenia, które merytorycznie wykraczają poza plany szkoleniowe zgłoszone przez menedżerów, którzy zidentyfikowali i znają realne potrzeby. Oczywiście, że pilnować budżetu powinien i menedżer liniowy, i odpowiedni pracownik Działu HR. Ale decyzje co i dla kogo zaplanować i zrealizować, powinny należeć przede wszystkim do menedżera. HR może jedynie stwierdzić (stosując profesjonalne metody badawcze) czy rzeczywiście potrzeba taka, jak ta zdefiniowana z góry, jest realna.



Jeśli tak, to menedżer powinien aktywnie uczestniczyć w procesie wyboru treści i osoby szkoleniowca. Chyba, że jest mu to obojętne, co stawia go automatycznie w dosyć dziwnym świetle.

Spotykane przeze mnie w różnych firmach stwierdzenia: „nie zrealizujemy zaplanowanego szkolenia, bo musimy oszczędzać pieniądze” są niepoważne, nieprofesjonalne i ...głupie. Ktoś kto używa tego argumentu nie powinien być dopuszczony do jakiegokolwiek pracy w dziale HR. Ok, jeśli budżet (rozkład budżetu) się przesuwu w czasie (co prawie na jedno wychodzi) lub firma decyduje się na odwołanie szkoleń, ponieważ testy sprawdzające kwalifikacje potwierdzają wystarczające kompetencje pracownicze i szkolenie zostaje zdiagnozowane jako bezwartościowe, to aprobata przeprowadzenia takiego szkolenia staje się absolutnie bezzasadna. Ale użycie złych komentarzy i komend przez osoby nadzorujące jedynie pewne działania (nadzorujące, a nie decyzyjne), jest po prostu złe, głupie, nieetyczne, niesprawiedliwe, bezmyślne, wrogie, etc.

Wniosek 8: Decyzje biznesowe, co do planowania oraz przeprowadzenia szkoleń merytorycznych i narzędziowych, w głównej mierze podejmuje (co oznacza, że ma głos decydujący) menedżer zespołu/Dyrektor Działu. Niezrealizowanie budżetu szkoleniowego na dany rok (+/-10% planu), zgodnie z założeniami wszystkich metodyk zarządzania przedsięwzięciami, świadczy o braku wystarczających kompetencji planistów i dysponentów.

Jakub Trochim

Oktagon szkoleniowy, to początek rozważań i wskazywanie obszarów wymagających skorygowania w wielu firmach. Znajomienie się z naszymi uwagami i przetransferowanie wniosków na swoje zdania codzienne, daje możliwość oceny stanu firmy i oceny kompetencji zarządzających obszarem szkoleniowym w firmie.

Ciąg dalszy w kolejnych numerach BOK



Czy (na Święta) musimy pożyczać? Jeśli tak, to gdzie i na co zwracać uwagę.

Chyba nie zawsze jest tak, że musimy. Czym innym jest konieczność pożyczania środków np. na ratowanie zdrowia, a czym innym będzie ich pożyczanie na zorganizowanie wystawnych uroczystości rodzinnych, w tym świąt – a to obok pożyczek na remont mieszkania, samochodu czy sprzęt RTV/AGD jeden z najczęstszych powodów, kiedy sięgamy po pożyczki czy kredyty konsumpcyjne.

W przypadku wspomnianych wcześniej potrzeb związanych ze zdrowiem, niestety często nie da się planować. Natomiast w wielu pozostałych przypadkach tak. To od nas zależy, czy decyzję o wzięciu kredytu lub pożyczki poprzedzimy poważnym przemyśleniem tego, czy rzeczywiście musimy, a jeśli tak, to gdzie warto to zrobić. Liczby wskazują na to, że decyzje pożyczkowe podejmujemy chętnie.

Na przestrzeni ostatnich 3 lat liczba kredytów udzielonych przez sektor bankowy zmalała o 2.9%, osiągając 7,16 mln sztuk w 2016r. Spadek ten został jednak spowodowany zmniejszonym zainteresowaniem kredytami o najmniejszej wartości (do 50 tys. zł). Jednak o 2 mld złotych wzrosła całkowita wartość kredytów zaciągniętych w bankach, osiągając 78,2 mld złotych.

Jednocześnie, w ostatnich latach wzrastała dynamika pożyczek udzielanych przez firmy pożyczkowe. To tu sięga się coraz chętniej po niewielkie kwoty i to może tłumaczyć spadek zainteresowania pożyczkami o mniejszej wartości zaciąganych w bankach. Z oferty firm pożyczkowych korzysta już około 1,5 mln Polaków. Niezależnie jednak od tego gdzie się zadłużymy, zawsze trzeba brać pod uwagę to, co wiąże się z każdą pożyczką – wcześniej czy później trzeba ją spłacić.

Oceńmy więc rozważnie, czy w określonym w umowie terminie będziemy w stanie spłacić dług. Jeśli okres kredytowania jest dłuższy, coraz większe znaczenie mogą mieć wszelkie zdarzenia losowe, które mogą pogorszyć naszą sytuację i utrudnić spłatę. Dla jednych może to być oczywiste, ale nie wszyscy o tym pamiętają – kolejna pożyczka, nawet na niewielką kwotę, sama w sobie może nie być problemem, ale łącznie z naszymi pozostałymi zobowiązaniami (które czasami potrafią umknąć naszej uwadze) może nim się stać. Niezależnie od tego gdzie zaciągniemy swój dług upewnijmy się, czy dobrze rozumiemy i nie mamy wątpliwości co do umowy opisującej warunki kredytu/pożyczki. Rynek jest bogaty. Można więc rozejrzeć się, porównać i wybrać takie źródło kredytowania, które nie wzbudzi naszych wątpliwości.



Te ogólne zasady odnoszą się do wszystkich źródeł finansowania, także do pożyczek prywatnych od znajomych i rodziny. Tu jednak w praktyce rzadziej zawieramy pisemne umowy. W dużej mierze zależy to od wzajemnego zaufania. Jednak przysłowie mówi - „chcesz stracić przyjaciela, pożycz mu pieniądze”. Nie będziemy więc rozstrzygać czy warto w ten sposób pożyczać i nadal mieć (lub stracić) przyjaciół. To już bardzo indywidualny wybór. Dwa podstawowe źródła, w których możemy zaciągnąć pożyczki to ogólnie sektor bankowy oraz firmy pożyczkowe. Pomijamy tu tzw. parabanki, które w przeciwieństwie do firm pożyczkowych, podobnie jak banki, mogą nie tylko pożyczać, ale i oferować lokaty. Ostatnie afery związane z instytucjami parbankowymi, które obiecywały „złote góry” w zamian za lokowanie tam oszczędności, skłaniają nas jednak do pominięcia ich w naszych rozważaniach.

Gdzie jest zatem lepiej, bezpieczniej, łatwiej? Jeśli mamy dobrą historię kredytową i ubiegamy się o większy kredyt czy pożyczkę na pewno warto zwrócić się do banku. Nie bez znaczenia jest tu fakt, że instytucje te podlegają surowym wymogom bezpieczeństwa określonym przez Komisję Nadzoru Finansowego. To co kieruje wielu klientów w stronę firm pożyczkowych to mniej skomplikowana i szybsza procedura przyznawania pożyczki. Ponadto barierą w zaciąganiu pożyczek w bankach jest niejednokrotnie wymóg posiadania stałego, udokumentowanego źródła dochodu. To bariera, która czasami decyduje o tym, że oferta banku (choć może znacznie korzystniejsza pod względem całkowitych kosztów zaciągniętego zobowiązania) jest z góry niedostępna dla wielu osób.

Czy zatem firmy pożyczkowe „wykorzystują” tych, którzy nie mają możliwości skorzystania z oferty banków i każą sobie za to słono płacić?

Tu warto zwrócić uwagę na fakt, że firmy pożyczkowe udzielają pożyczek ze środków własnych, nie przyjmują depozytów tak jak banki, a stąd właśnie banki czerpią środki na kredyty i pożyczki. Nie oferują dodatkowych usług takich jak przelewy, prowadzenie rachunków, wynajem skrytek depozytowych itp. Te wszystkie usługi to także dodatkowe źródło dochodów banków (opisywane przez nie w tabeli prowizji i opłat). Ponadto firmy pożyczkowe biorą pod uwagę fakt, że ich klient mógł być wcześniej „odrzucony przez bank”, a więc istnieje większe ryzyko, że pożyczki może nie spłacić.

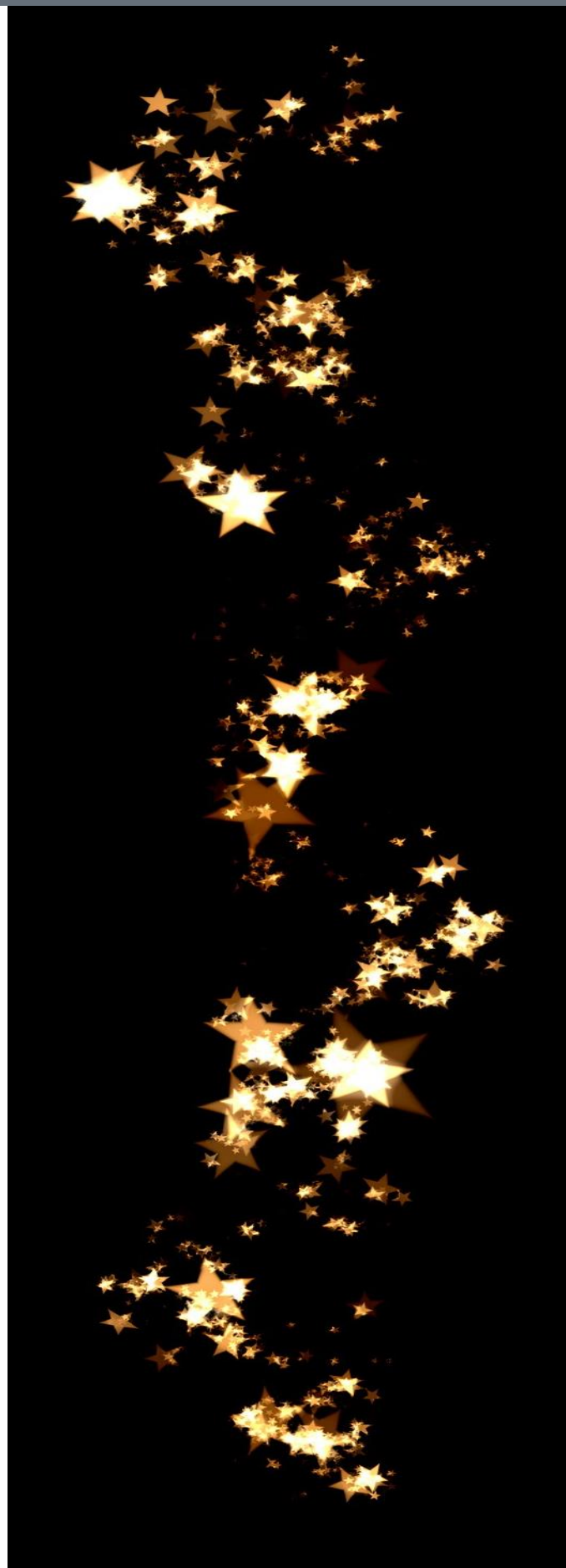


Aby „wyjść na swoje” firmy pożyczkowe muszą więc na pożyczkach zarabiać więcej niż banki. Trzeba jednak pamiętać, że tak samo tu, jak i w bankach, klient jest często obciążany przy okazji zaciągania pożyczki dodatkowymi opłatami, takimi jak opłata wstępna, opłata za rozpatrzenie wniosku, prowizja przygotowawcza, administracyjna, opłaty z tytułu zaległości w spłacie, opłaty za monity i windykację, prowizja od przedterminowej spłaty itp. itd. Lista jest długa i wydaje się, że ograniczona praktycznie tylko inwencją pożyczkodawcy. Ważne, aby móc to wszystko zsumować, porównać i wybrać najkorzystniejszą ofertę. Pomocny może być wskaźnik RRSO czyli Roczna Rzeczywista Stopa Oprocentowania. Opisuje ona oprocentowanie pożyczki wraz z wszelkimi dodatkowymi opłatami. Im więcej RRSO odbiega od oprocentowania nominalnego, tym więcej dodatkowych kosztów trzeba ponieść. Najprościej jednak, jeśli mamy wybór pomiędzy kilkoma dostępnymi dla nas pożyczkami (tej samej wysokości, na ten sam okres i z tą samą liczbą rat do spłaty) porównać sobie wysokość miesięcznych rat i wybrać taką ofertę, w której raty i wszelkie koszty związane z pożyczką będą najniższe.

Zaciąganie kredytów i pożyczek to rzecz normalna i powszechna. Starajmy się jednak, aby rozwiązywały one nasze problemy i dawały nam korzyści, a nie stawały się problemami.

Robert Waker

Źródło: materiały prasowe, raport ZBP InfoKredyt 2016



Kredyty i pożyczki nie tylko na Święta



Terminy kredyt i pożyczka w potocznym użyciu stosowane są często zamiennie, mają jednak różne znaczenie. Dla lepszego zobrazowania różnic i podobieństw pomiędzy kredytem a pożyczką posłużmy się tabelą opisującą najważniejsze cechy obu produktów.

Produkt Cecha	kredyt	pożyczka
Gdzie można dostać	Tylko w Banku lub SKOKu	W Instytucji lub u osoby prywatnej, która dysponuje własnymi środkami na udzielenie pożyczki
Na co można przeznaczyć	Na cel ściśle określony w umowie	Na dowolny cel
Regulacje prawne / charakter umowy	Udzielanie kredytów reguluje ustawa Prawo bankowe. Kredyty muszą być udzielane na podstawie pisemnych umów	Udzielanie pożyczek reguluje Kodeks cywilny. Umowa może mieć dowolną formę, także ustną.

Z zestawienia wynika, że kredytu nie dostaniemy poza instytucjami bankowymi. Mogą one natomiast, podobnie jak np. firmy pożyczkowe czy osoby prywatne, udzielać także pożyczek. Finansowanie dużych projektów przez firmy odbywa się praktycznie tylko przy pomocy kredytu, który oferują instytucje bankowe. Tylko one posiadają wystarczającą ilość środków (mogą dysponować także pieniędzmi z depozytów). Osoby prywatne wnioskujące o mniejsze kwoty, mogą natomiast wybierać między kredytem i pożyczką oferowanymi przez system bankowy, jak i inne instytucje oraz osoby prywatne. Wybór pomiędzy kredytem a pożyczką możliwy jest jednak tylko w przypadku, gdy mamy jasno określony cel (warunek ubiegania się o kredyt), na który chcemy przeznaczyć pożyczone pieniądze. Jeśli na taki cel instytucja bankowa zechce udzielić nam kredytu, możemy taką ofertę porównać z ofertami pożyczek, nie tylko bankowych. Wybór będzie większy. Jeśli natomiast potrzebujemy pieniędzy na sfinansowanie różnych potrzeb (o których nie musimy nikogo informować) pozostaje nam wybór najlepszej oferty pożyczkowej.

Niezależnie od tego, czy ubiegamy się o pożyczkę czy kredyt pamiętajmy, że w obu przypadkach będziemy mieli dług do spłacenia.

red.



Rozdajemy świąteczne

prezenty!

Tylko do 18 grudnia 2017 !

- Wejdź na stronę http://customercare.com.pl/SKLEP-CX/ksiazki_i_podreczniki.html
- Wybierz jedną z książek z oferty i dodaj do koszyka zakupów. Wybierz opcję „wysyłka pocztą”, a w uwagach do zamówienia napisz PREZENT ŚWIĄTECZNY

**Pierwsze 5 osób, które złożą takie zamówienie,
otrzyma bezpłatnie wybraną książkę !**

Zapraszamy, REDAKCJA BIULETYNU

BOK