

Константин Харский

**Работа,
приключения
и деньги**

Константин Харский

Работа, приключения и деньги

«Издательские решения»

Харский К.

Работа, приключения и деньги / К. Харский — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-964641-5

Для кого написана эта книга? Мы надеемся, что ее читателями будут люди, которые работают «тайными покупателями», а также те, кто, узнав о подобной работе, захотят ее найти.

ISBN 978-5-44-964641-5

© Харский К.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Работа. Такое возможно?	7
Что представляет собой работа «тайного покупателя»?	8
Королева бензоколонки	9
Что надо делать	11
Проверка стандартов работы	12
Практическое задание	14
Проверка качества обслуживания	16
Настойчивость менеджера	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Работа, приключения и деньги

Константин Харский

© Константин Харский, 2019

ISBN 978-5-4496-4641-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Для кого написана эта книга? Мы надеемся, что ее читателями будут люди, которые работают «тайными покупателями», а также те, кто, узнав о подобной работе, захотят ее найти.

Давайте в самом начале договоримся о терминологии, которую станем использовать.

«Тайный покупатель», шоппер – человек, который по договору с компанией осуществляет проверку работы персонала в соответствии с утвержденным сценарием.

Сценарий проверки – порядок и объем того, что должен сделать шоппер в процессе проверки. Обычно сценарий носит рекомендательный характер, но бывает и по-другому.

Хороший проверяющий – в большом дефиците, и все из-за того, что люди, огласившиеся работать шоперами, не всегда верно понимают свою роль. В чем же роль проверяющего, как ее исполнить, чтобы заказчики приглашали снова и снова? Вот о чем вы прочтете здесь.

Работа. Такое возможно?

Работать покупателем и получать за это деньги. Такое возможно? Работать покупателем... Это даже звучит как-то непривычно и почти нелепо. Тем не менее развитие рыночной экономики несет с собой новые правила и традиции.

Так, в странах, которые принято называть «с развитой рыночной экономикой» традиции «тайных» проверок насчитывают более 50 лет. Теперь уже не получится установить конкретную дату, когда впервые предприниматель нанял специального человека, чтобы тот под видом покупателя вошел в его магазин и проверил, как работают продавцы.

Очевидно, что полученная информация помогла предпринимателю улучшить работу, если теперь только в США это отрасль, в которой вращаются миллионы долларов. Теперь надо потрудиться, чтобы найти магазин, салон красоты, кафе, которые не использовали бы себе во благо труд «тайных покупателей». Хотя, возможно, в захолустных кварталах и гетто сервис и торговля обходятся без шопперов.

В России первые упоминания о «тайных покупателях» относятся к 1998—1999 годам. Инициаторами исследований были небезразличные предприниматели, которые хотели понять, что надо исправить в работе их компании, чтобы довольные клиенты делали больше покупок и возвращались к ним снова и снова и приводили друзей. Небезразличные предприниматели сами выдумали подобные проверки, или подсмотрели за границей, или узнали от своих зарубежных партнеров, – не важно, важно то, что технология не просто пришла в Россию, но и стала настолько распространенной, что у компаний возник спрос на квалифицированных проверяющих.

Спрос-то возник, но удовлетворить его нечем. С одной стороны, каждый человек может сыграть роль покупателя. Но как только дело доходит до составления отчета, то оказывается: «Мы все всё понимаем, только сказать не можем». Вторая сложность в том, что потенциальные клиенты дорогих бутиков редко соглашаются играть роль «тайного покупателя»: деньги им не нужны, работать на кого-то они не хотят. Поэтому вместо тех, кто может в реальности купить часы за 20 тысяч долларов, проверять салон идет другой человек, с часами чуть проще. Сложность в том, что человек, покупающий часы стоимостью 20 тысяч, в некоторых привычках отличается от «тайного покупателя», что его изображает. Это различие приводит к тому, что оценки шопера отличаются от возможных оценок реального покупателя. Одним словом, даже в такой, казалось бы, простой работе, как проверка качества обслуживания, есть сложности, и мы считаем, что правильно проинструктированный «тайный покупатель» лучше не инструктированного. Книга и есть эта инструкция.

Что представляет собой работа «тайного покупателя»?

Обычно это визит или телефонный звонок в офис или торговый зал с целью проверки. Целями проверки могут быть самые различные аспекты работы компании:

- насколько вежливы сотрудники;
- насколько сотрудники знают свой товар;
- насколько продавцы стремятся заключить сделку; •

И т. д.

В каждой профессии есть плюсы и минусы. Профессия шопера в этом смысле не исключение. Есть в ней и позитивные стороны, и отрицательные. И мы считаем своим долгом познакомить вас с ними.

Позитивные ожидания, которые обязательно исполнятся:

- вы будете много общаться с людьми;
- вы много узнаете о товарах и услугах;
- вы сможете дополнительно работать обозревателем в СМИ, рассказывая о преимуществах того или иного товара;
- вы сможете писать рекламные тексты и статьи;
- вы можете консультировать компании, которые желают повысить качество обслуживания;

– вы многому научитесь в таких сферах, как сервис, продажи, работа с рекламациями;

– вы узнаете, как надо и, главное – как не надо работать с клиентом.

Есть и минусы. По-«научному» это называется профессиональной деформацией.

– Повар живет в мире продуктов и голодных людей. К кому бы он ни пришел в гости, хочет он того или нет, он замечает все, что связано с кухней. Хотел бы не замечать, но замечает.

– Сотрудник ГАИ, даже в свой выходной день, даже сидя с женой в кинотеатре, на премьере американского блокбастера, замечает и пересечение автомобилем двойной сплошной линии, и неправильную парковку, выполненную главным героем.

– Известный российский ресторатор неоднократно признавался в интервью, что не может быть простым посетителем в своих ресторанах, не может в своих ресторанах наслаждаться вкусом вина и блюд, – ему надо убедиться, что все делается правильно, что все сотрудники находятся на своих местах, что все салфетки белоснежны и уложены в точном соответствии со стандартами.

Профессиональная деформация шопера состоит в том, что он становится весьма привередливым клиентом, даже когда покупает холодильник не для проверки качества обслуживания, а в личное пользование. Быть привередливым клиентом очень сложно в мире презрительно относящихся к клиенту магазинов, салонов, ресторанов.

Королева бензоколонки

Дело было в рабочий день, с утра. Я тороплюсь на деловую встречу. Сажусь в машину, завожу и вижу, что бензина для поездки может не хватить. Эх, надо было с вечера заправиться! Теперь уже выбора нет и по пути только одна заправка, на которой я обычно не заправляюсь. Но вопрос, когда стоит: опоздать на встречу или изменить своим привычкам, то – побеждает желание произвести хорошее впечатление на потенциального заказчика.

Итак, заезжаю на заправку «***», останавливаюсь у колонки, где можно залить А-95, привычным движением снимаю пистолет, вставляю его в бак и отправляюсь в кассу. Прошу залить на 300 рублей. Расплачиваюсь, возвращаюсь к машине. Проходит минута-другая. Уже пора бы включить подачу топлива! Еще пять минут – и я буду катастрофически опаздывать. Быстро иду к девушке: «Извините, в пятой колонке бензин не льется». Знаете, что она сказала?

– Научитесь сначала всовывать правильно, а потом приходите.

– Так я вроде все правильно сделал.

– Идите и вставьте правильно! Ходят тут, отвлекают. Машину купят, а пистолет вставить толком не могут.

Если бы не уплаченные деньги и не потраченное время – я бы точно уехал и никогда в жизни не вернулся бы. Но в сложившейся ситуации пришлось наступить на горло своей гордости. Возвращаюсь, отключаю и вынимаю пистолет, вешаю. Снова снимаю, вставляю, включаю – ... не льется. Поднимаю глаза к видеокамере и развожу руками. «Королева бензоколонки» отреагировала по громкой связи: «Саша, подойди к пятой колонке, покажи господину, как всовывать надо».

Да это же скандал какой-то, разве так можно с клиентами?

Медленно, с видом человека, которого оторвали от очень важной работы, подходит ко мне молодой человек.

– Вот, смотрите, – говорит. – Выключаем, вынимаем, вешаем. Снимаем, вставляем, нажимаем. – Бензин не льется. ... Молодой человек явно в замешательстве. «Странно», – произносит он и смотрит туда, откуда мог бы пойти бензин.

– Засорилось, – говорит. – Видите? – И сует мне в лицо пистолет заправочной колонки.

– И? – спрашиваю его.

– Надо почистить.

– И? – спрашиваю и чувствую, как раздражение начинает выходить из-под контроля.

– У меня нет проволоочки.

– У меня тоже.

– Сейчас что-нибудь придумаю, – говорит технический сотрудник компании «***» и отправляется искать что-то у забора, где валяется мусор.

Через пять минут это испытание было позади, и я поехал на встречу. И вот что мне подумалось. Понятно, что я им больше не заплачу ни копейки. Важно другое: я заправляюсь 1—2 раза в неделю рублей на 500—700. Казалось бы, автозаправочные станции должны радоваться такому клиенту и бороться за него.

Описанная ситуация, к сожалению, не редкость. Каждый из нас чуть ли не каждый день сталкивается с подобными ситуациями. То в магазине нахамят, то в билетной кассе огрызнутся, то в турфирме недружелюбно встретят.

Начав карьеру «тайного покупателя», вы будете все нетерпимее относиться к хамству. Вы вдруг обнаружите, что оцениваете качество работы даже тех продавцов, с которыми общаетесь по собственной инициативе. Негативное влияние профессии «тайный покупатель» на личность человека состоит в том, что его терпимость к лени, непрофессионализму, безразличию и хам-

ству продавцов резко снижается и от этого повседневная жизнь не становится проще. Интереснее? Пожалуй, да! Но не проще.

Что надо делать

Что приходится проверять «тайному покупателю»? Спектр проверок широк, и это только добавляет интереса к работе.

Проверка стандартов работы

Некоторые компании имеют стандарты работы – это пакет документов, определяющих кто, когда и каким образом должен выполнять свою работу. Регламентация неизбежна для каждой развивающейся компании. Когда сотрудников больше трех, и тем более трехсот, общие правила – единственный способ избежать хаоса.

Итак, многие компании имеют стандарты работы. Но наличие документа не всегда является достаточным условием исполнительности сотрудников, иногда требуется нечто большее, чтобы заставить их работать по правилам.

В некоторых компаниях руководство проявляет достаточную настойчивость и непреклонность и добивается принятия правил каждым сотрудником. В этих компаниях сотрудник должен или принять существующие стандарты работы, или уволиться.

Как руководитель может убедиться, что его подчиненные выполняют правила? Выйти в торговый зал и понаблюдать? Да, это было бы идеально. Жаль, руководитель – не человек-невидимка. А раз его видят сотрудники, то они в большей или меньшей мере корректируют свое поведение: кто-то перестает хамить клиенту, кто-то начинает клиенту улыбаться.

Клиентам нравится, когда директор в торговом зале, ведь к ним начинают относиться как к людям. Клиентам нравится, когда с ними работает сам директор, ведь, желая показать пример подчиненным, он вежлив, предупредителен, обходителен.

Почему продавцы не такие? Причин можно найти много. Но есть один универсальный ответ – у продавца нет причин проявлять любезность и быть профессионалом. Продавец объясняет отсутствие желания работать с клиентом по полной программе и тем, что мало платят, и тем, что клиенты тоже хамы, и тем, что клиенты сами не знают, чего хотят, и согней других причин. Оспаривать точку зрения продавца, убеждать и переубеждать его – один путь. Второй, более простой, – вынудить продавца выполнять свою работу.

Проверки, проводимые «тайными покупателями», – это и есть способ вынудить продавцов работать. Не зная, кто из вошедших в магазин проверяющий, продавец должен или рискнуть навлечь на себя проблемы, или работать с каждым вошедшим как с проверяющим.

Проверка стандартов работы – это способ, которым компания намерена заставить продавцов выполнять свою работу должным образом, и параллельно с этим способ постоянного контроля. Недостаточно один раз проверить и забыть. Так можно поступить с тормозами, уровнем масла или температурой двигателя. Хорош ли водитель, если он однажды проверил автомобиль и надеется, что все останется в норме неограниченное время?

Нет, хороший водитель регулярно проверяет состояние автомобиля, чтобы заметить неполадки в то время, когда катастрофу еще можно предотвратить. Для наиболее важных параметров автомобиля существуют специальные приборы (датчики).

«Тайные покупатели», результаты их проверок, – это и есть датчик, сигнализирующий руководителю о состоянии его бизнеса. Один из приборов. Главный или нет – другой вопрос. Но без этого датчика картина не будет полной, а его показания могут многое объяснить в показателях объема продаж, прибыльности, лояльности клиентов и т. д.

Если «тайный покупатель» – источник столь важной информации, становится понятно, почему его главное достоинство – честность (кому нужен датчик топлива, показывающий «полный бак», когда на дне остался литр бензина?).

Проверка стандартов работы происходит следующим образом:

«Тайный покупатель» знакомится с имеющимися стандартами работы. Что и когда должны делать продавцы в соответствии со стандартами компании? Проверяющий не должен забывать – в каждом монастыре свой устав. То, что в другом магазине продавцы должны были подходить через пять минут к каждому вошедшему в магазин, вовсе не означает, что в этом

стандарт будет таким же. Не дело проверяющего сомневаться в стандартах компании. Не дело проверяющего давать советы до того, как его прямо об этом спросят. Шоппер, до начала проверки, должен четко знать, «как должно быть». Образно говоря, шопера инструктируют.

– Мы считаем, что погода хорошая, когда на улице не идет дождь. Понятно?

– Да, понятно.

– Выгляни в окно и скажи, хороша ли погода сегодня?

– Нет, не очень, скорее – плохая. На улице солнечно, но очень сильный ветер.

– Идет ли дождь?

– Нет, дождя нет.

– Тогда почему ты говоришь, что погода плохая, если дождя нет?

– Мне не нравится сильный ветер...

Занавес. Голос за кадром: «Да какое нам дело, что нравится или не нравится тебе. Нас интересует то, что нравится нам!»

«Тайный покупатель» сдает экзамен на знание стандарта. До начала проверки необходимо убедиться, что проверяющий готов к работе. Приборы и датчики тоже проходят тест, их калибруют и настраивают.

«Тайный покупатель» приходит в торговый зал и под видом клиента проверяет, какие стандарты выполняются продавцами, а какие – нет.

Практическое задание

Представьте, что вам предстоит проверить исполнение стандартов обслуживания розничного магазина. Магазин продает косметику и парфюмерию. Средний уровень цен.

Вот стандарты работы, которые должны знать и соблюдать продавцы компании.

Правила обслуживания клиентов в торговом зале

(Внутренний распорядок)

Продавец должен быть одет в униформу. Выход в торговый зал и работа с покупателем без униформы недопустима. На левом лацкане униформы должен быть приколот бейдж установленной формы с указанием фамилии, имени, отчества и должности сотрудника.

Сотрудник компании при любых обстоятельствах должен обращаться к покупателю на вы и проявлять терпение, быть внимательным, обходительным.

Отвечая на вопрос покупателя, надо отмечать сильные стороны нашего магазина: низкие цены, широкий ассортимент, приветливое обслуживание.

При каждом удобном случае надо приглашать клиента за повторными покупками.

В случае возникновения конфликтной ситуации необходимо немедленно пригласить заведующую отделом.

Ну и хватит для иллюстрации.

Теперь представьте, что вы заходите в этот магазин с целью провести проверку качества обслуживания и видите следующую картину... (Текст написан как бы от вашего лица.)

«Оп-с, какая скользкая ступенька тут у них. Может, у них тут травмпункт за углом и пострадавшему не надо далеко идти: раз – и в гипсе. Могли бы хоть снег расчистить. Ладно.

О, тут довольно много народу, рабочее время, а все по магазинам, кто, интересно, работать будет, или это все «тайные покупатели»? Так-так, посмотрим, что тут у них есть?

– Разрешите я к прилавочку подойду?

– А мне куда прикажете? Обождите минутку там.

Обождите. Понятно. Тогда пока понаблюдаю. Вот девушка что-то купила и получает сдачу.

– Спасибо за покупку, приходите к нам еще, – сказала продавец.

Что-то мне тон ее не понравился, как-то она неискренне сказала. Если так гостям говорить, то долго их потом не увидишь. Что-то она не улыбается. Что устала, милая? Так, что тут еще происходит?

Ага, тут какая-то драма! Вот женщина что-то показывает продавцу... Ага-ага, плохо слышно. Вчера... купила... и вот... не намазывается... а не размазывается... нет, не намазывается.. ага, читают инструкцию вместе... а, она уже читала... и в Интернете узнавала... о, деньги ей верните, королева!

Так, а продавец что? Идите, говорит, дамочка, не положено возвращать этот товар, может, вы в него чего добавили. Правильно, красавица, так ее. Надо посмотреть, как зовут, и отметить, как хорошего продавца. Знай наших!

Ладно, информации для отчета достаточно, пойду домой, а то тут и так народу, как в бочке».

Вопросы для самопроверки:

Какие стандарты компании исполнялись должным образом?

Какие стандарты компании нарушены?

Какие стандарты не были проверены шоппером?

Прав ли был шоппер, что ушел из магазина, не пообщавшись с продавцом лично?

Проверка качества обслуживания

Качество обслуживания – это усердие, с которым работают менеджеры. Менеджер может подойти к клиенту через пять минут, встать с левой стороны от клиента, проконтролировать, что не закрывает вид на товар. Менеджер выполнил регламент, именно так он должен был поступить. Но работает ли он качественно, проявляет ли он рвение в работе?

Для получения ответов на эти вопросы и проводится проверка качества обслуживания.

Важнейшие вопросы, позволяющие понять, проявляют ли менеджеры рвение:

- Стремился ли менеджер понять ваши потребности?
- Проявлял ли менеджер настойчивость в установлении контакта?
- Прилагал ли менеджер усилия для заключения сделки?

Ключевым здесь является вопрос: делал ли менеджер свою работу формально (лишь бы не придрались в случае проверки) или проявлял находчивость, инициативу...

Нельзя обязать продавца быть настойчивым и инициативным. Можно попросить. Можно рекомендовать. Можно даже попробовать научить. Но насколько настойчивы продавцы?

Это можно проверить. В том числе при помощи «тайного покупателя».

От «тайного покупателя» требуется умение отличить качественно работающего менеджера.

Поговорим, как это можно сделать.

Настойчивость менеджера

Менеджер настойчив, если после встречи с преградой или возражением предпринимает, по меньшей мере, одну попытку преодолеть её.

Пример работы настойчивого менеджера с преградой:

– У меня уже есть автомобиль.

– Современная тенденция состоит в том, что по мере роста уровня благосостояния в семье появляется второй автомобиль для второго супруга. Что вы об этом думаете?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.