



Michał Rusek, www.MarketingFanpage.pl

I co jeszcze?

HEJT DLA PRASKIEJ CUKIERNI, NIE CZYTAJ JEŚLI JEST TWOJA

Szmaciany fartuszek

Powracają niechciane jak czasy PRL, w towarzystwie zimnego, nieświeżego śledzia i ciepłej wódki. Koją mi się tylko i wyłącznie z fioletowym, niczym szmaciany fartuszek ekspedientki w kolorze paryskiego błękitu (niepopularna nazwa denaturatu w gimnazjach i liceach), upakowany fiołkowo-buraczanymi plamami i zapięty na brązowe guziki. Kolor jej doświadczonej twarzy przypominał bardziej dwie czerwone żarzące się kule na policzkach, nałożone na warstwę podkładu maskującego nierówną walkę z coraz szybciej pędzącym czasem. Wraz z obrotem wskazówek w wiszącym na ścianie zegarze zmatowiały perły, zdobiące pomarszczony dekol, przestały swoim blaskiem podkreślać to, co kiedyś budziło zachwyt okolicznych klientów.

Jeden półszczer uśmiech

Właśnie takie słowa pasują najtrafniej do opisu niewielkiej, praskiej cukierni, której klientem byłem raz i właśnie tyle wystarczyło, by nie być nim już nigdy więcej. „I co jeszcze?” – to sformułowanie, które słyszałem tego dnia i w tym miejscu o kilka razy za dużo. Sformułowanie, które może brzmiałoby zupełnie inaczej, gdyby towarzyszył mu uprzejmy głos lub delikatne drganie warg usiłujące wykrzesać jeszcze jeden, półszczer uśmiech. Naiwność i ślepa wiara w ludzi zawsze była moją słabą stroną. W końcu ocierasz się o delikatną granicę absurdu,

zastanawiając się, czy po przekroczeniu progu sklepu, nie cofnąłeś się w czasie, pozostawiając za sobą lekko sztamowe, jednak przyjemne dla zmysłów schematy nienagannej obsługi wypracowane w XXI w. Przygotowujesz się do startu w wyścigu, o trofeum najmniej miłej osoby w pomieszczeniu, bojąc się bardziej tego, że wygrasz, niż przegrasz. W końcu nie wiesz, czy nadal jesteś w stołecznej cukierni, czy już na siłę wcielasz się w rolę petenta, pionka zbijanego właśnie na planszy biurokracji w urzędzie państwowym.

Pij mleko, będziesz wielki

Wychodząc z takiej cukierni, zastanawiasz się, jak możesz nabroić, by odegrać się za złowieszcze spojrzenia, przed którymi tak usilnie się broniłeś. Wejść na pasy na jezdnię tuż przed maską starego trupa, by hamulce wydały z siebie ostatnie tchnienie? A może wyjąć komuś papierosa z ust, by z ironią rzucić o ziemię, dodając mętne hasło z pierwszej lepszej reklamy telewizyjnej w stylu „pij mleko, będziesz wielki”? A może zdusić w sobie w zarodku tę pokusę odegrania się na kimś i postąpić z klasą? Właśnie takie myśli mogą towarzyszyć osobom o słabych nerwach, których tego dnia podobnie jak mnie spotkała obsługa psująca uroczę święto tłustego czwartku. Czy tak powinien czuć się klient wydający pieniądze w sklepie? Czy obsługa klienta nie powinna raczej starać się nawiązywać ciepłe relacje? Czy priorytetem

To proste sformułowanie przeszywa mnie na wskroś. Bezlitośnie wrzyna się w pierwszy kadr, przywracając wspomnienia, które od dawna niechciane ukryłem gdzieś daleko w najmniej sfałdowanych pokładach mojego mózgu.

w obecnych czasach nie jest budowanie mostów porozumienia? Czy już nie jest ważne tworzenie niewidzialnych, a przy tym trwałych więzi z tymi, którzy tak chętnie kupują, wcale nietanie produkty?

Satynowa zbrodnia

Najgorsze jest to, że wpływ podobnych codziennych sytuacji odbija się na społeczeństwie. Nie widziałem, aby wzięty fanatyk muzyki disco polo stojący przede mną, wychodząc z cukierni, pogłaskał wpatrującego się i czekającego na niego czworonoga. Nie sądzę też, aby kobieta, która stała obok mnie, umiliła ten dzień swojemu mężowi po powrocie do domu. Przecież na kimś musi wyładować swoją frustrację. Podobno, gdy uczestniczysz w kłótni z kobietą, a ona akurat stoi z nożem w dłoni, wystarczy wyjąć bułkę i masło, a wrodzony instynkt wygra, w efekcie czego kobieta zrobi ci kanapkę. Nigdy jednak nie miałem takiej sytuacji, by sprawdzić to na własnej skórze i móc tę tezę potwierdzić. Największej zbrodni dopuściłem się jednak ja sam, kalając cenne kartki satynowego papieru „Mistrza Branży”, przekazując Wam krótką i osobistą retrospekcję kwadransa życia, wprost z jednej z warszawskich praskich cukierni. Stojąc w niej, pewnie czułem się tak samo jak Ty teraz, drogi Czytelniku. Najprawdopodobniej myślisz, że zmarnowałeś cztery i pół minuty swojego życia, czytając to, co napisałem. Mógłbyś w tym czasie wypalić papierosa lub zrobić dobry uczynek

i zaparzyć kawę, nawet jeśli robisz to z zamiarem wylania jej komuś na podnie.

To zależy od Ciebie

Wspominałem w poprzednim akapicie o naiwności i ślepej wierze w ludzi, a więc zakończę ten artykuł pozytywną puentą, dając ci nadzieję na lepsze jutro. To dlatego, że istnieje bardzo prosta rada, która może zmienić życie każdego klienta wydającego pieniądze w cukierniach w tym kraju. Wystarczy, aby każdy właściciel zadbał o właściwą obsługę klienta w swoim sklepie. Nie musi być ona profesjonalna już pierwszego dnia. Wystarczy wdrażać ją powoli, jedną zasadę po drugiej, by w tłusty czwartek w przyszłym roku, w słodki sposób zamazać to, co nigdy nie powinno być się wydarzyć. Najcenniejsza rada, jaką mogę teraz ofiarować Tobie, brzmi... zacznij jeszcze dzisiaj. ■

Skorzystaj z kompleksowego Szkolenia Obsługi Klienta, podczas którego w czasie jednego dnia uczestnicy przejdą intensywny kurs teoretyczny i praktyczny z zakresu obsługi klienta i zwiększenia sprzedaży. Umiejętności praktyczne nabyte podczas szkolenia pozwolą personelowi obsługiwać klientów tak, by wracali do sklepu wielokrotnie. Szkolenie jest również odpowiedzią na potrzebę wzrostu umiejętności obsługi klientów problematycznych, kłopotliwych, a także reagowania na zastrzeżenia.

Warto wyszkolić personel, ponieważ szkolenie obejmuje również elementy motywacyjne, dzięki którym wpływa na zmniejszenie rotacji pracowników. Motywacja do pracy to ważny czynnik podczas prawidłowego procesu obsługi klienta, ponieważ personel jest w stanie wesprzeć budowę marki sklepu.

Więcej informacji na temat szkolenia znajdziesz na stronach:

www.mistrzbranzy.pl/ekspedientki
www.marketingfanpage.pl/szkolenia

Skontaktuj się ze szkoleniowcem:

Michał Rusek,
tel. 504 905 968,
e-mail: m.rusek@mistrzbranzy.pl

