

Например, он говорит, что, по сути, клиент прав не всегда.

И все же в этой книге он особый акцент делает на людях. Четко это отражает такая фраза: «Создать перwokлассный продукт и успешную, устойчивую компанию могут только вовлеченные, мотивированные и лояльные сотрудники». В книге очень много примеров, ряд которых он приводил и в других изданиях, но два кейса вызывают особый интерес.

Первый позитивный пример того, как надо работать с клиентами, он взял у своего злейшего врага – компании British Airways, что само по себе уже удивительно. Итак, пассажир бизнес-класса, который летит самолетом этой авиакомпании из Лондона в Нью-Йорк, вдруг понял, что забыл в зале ожидания свое кожаное пальто, но выйти за ним уже не может. Он обращается за помощью к сотрудникам British Airways, те обещают сообщить наземной команде, которая обязательно перешлет пальто пассажиру в Нью-Йорк. Все мы когда-нибудь слышали такие обещания и знаем, что нередко это просто отговорка. Поэтому по прилете в Нью-Йорк пассажир был крайне удивлен, когда ему вручили его пальто на трапе. Дело в том, что сотрудники British Airways переслали пальто на более быстром «Конкорде», который еще летал тогда, и пальто прилетело в Нью-Йорк быстрее пассажира. Такие вещи невозможно прописать в инструкциях для сотрудников, это могут сделать только четко мотивированные на качественный сервис люди.

И тут же Брэнсон рассказывает, как можно «убить» подобную мотивацию, уже на примере собственной авиакомпании Virgin Atlantic. Ситуация довольно распространенная – пассажир опаздывает на рейс. Думается, что такое случалось хоть раз с любым из нас, и мы знаем, что сотрудники авиакомпаний могут реагировать совершенно по-разному. Virgin Atlantic известна тем, что бесплатно предоставляет пассажирам бизнес-класса трансфер до аэропорта на лимузине. Это была одна из первых «фишек» молодой и дерзкой авиакомпании, есть эта услуга и сейчас. Но на этот

раз водитель лимузина пассажира не нашел, последний в итоге доехал до аэропорта на такси в скверном настроении, опаздывая на рейс.

Первая же сотрудница Virgin, которую встретил пассажир, стала стремительно решать его проблему: извинившись за ошибку с лимузином, она расплатилась с ним за такси из собственного кармана, а затем провела его буквально за руку через все службы контроля, в результате чего пассажир сел в самолет вовремя.

Но самое интересное начинается потом. Сотрудница обратилась к своему руководству с просьбой возместить ей \$70, которые она потратила на такси пассажира. Однако в ответ с нее затребовали квитанцию об оплате, которой у нее, естественно, не было, после чего в деньгах ей отказали.

“БИЗНЕСМЕНЫ В ЧЕМ-ТО СРОДНИ ХУДОЖНИКАМ. НО В ОТЛИЧИЕ ОТ КАРТИНЫ БИЗНЕС ЗАКОНЧИТЬ НЕВОЗМОЖНО

«Следовать требованиям отчетности необходимо, особенно когда дело касается денежных расходов, однако всегда будут ситуации, когда в балансовом отчете придется сделать примечание. Несомненно одно: сотрудники Virgin, ставшие свидетелями того, каким образом начальник отреагировал на примерный поступок их коллеги, вряд ли в дальнейшем продемонстрируют подобную изобретательность. А значит, в убытке останется клиент, а с ним и вся компания», – делает вывод Брэнсон.

Он заканчивает эту историю на позитивной ноте. Об этом случае узнало высшее руководство авиакомпании, и в итоге деньги были возмещены, а также проведена работа с руководителем, которому напомнили о том, как важно поддерживать людей, проявляющих верную инициативу.

«Ни одна компания не способна научить персонал решать все проблемы, однако вы можете создать атмосферу, в которой люди будут чувствовать, что вольны поступать так, как «они хотели бы, чтобы поступали с ними». Хорошее клиентское обслуживание в торговом зале начинается сверху. Если ваши руководители не понимают этого, даже самые крепкие связи на более низком уровне могут пострадать», – говорит он.

Ниже мы приводим пять секретов, как начать бизнес, из книги Ричарда Брэнсона.

НЕ БЕРИТЕСЬ ЗА ДЕЛО, ЕСЛИ ОНО ВАМ НЕ ПРАВИТСЯ

Чтобы открыть новый бизнес, вам придется много и упорно работать, поэтому труд должен приносить вам удовольствие. Когда я начинал Virgin в подвале в Западном Лондоне, у меня не было великого плана или стратегии. Я не собирался строить деловую империю. Я просто хотел создать то, что вызовет у людей приятные эмоции; мне нравилось то, что я делал, и я молился, чтобы дело принесло мне достаточно денег и я смог заплатить по счетам. Для меня создать бизнес – значит сделать то, чем можно гордиться, объединить талантливых людей и выстроить то, что может серьезно изменить жизнь окружающих.

Бизнесмены чем-то сродни художникам. Создавая компанию, вы начинаете с чистого листа, на который нужно нанести краски. Хороший художник должен прорисовывать самые мелкие детали. Так и бизнесмен, желающий добиться успеха, с самого начала должен учесть мельчайшие подробности. Однако в отличие от картины бизнес закончить невозможно. Он постоянно эволюционирует, и ваши ошибки не так-то просто закрасить!

Бизнесмен, который ставит перед собой цель изменить мир и добивается ее, наверняка сможет оплатить счета и вдобавок получит преуспевающий бизнес. ➤