

Текст: Бахытгуль Журкабаева



БИЗНЕС-ШКОЛА ОТ БРЭНСОНА

Реальный бизнес-опыт может быть полезнее классических курсов традиционных бизнес-школ

В этом году один из самых известных предпринимателей в мире Ричард Брэнсон, создавший Virgin Galactic, запускает в космос первый космический корабль SpaceShipTwo с туристами на борту. Предполагается, что в декабре более 500 человек смогут полететь на орбиту. Это будет прорыв в более широком освоении

космических просторов коммерческими структурами.

Интересно, что Брэнсон никогда не учился в бизнес-школе, но выпустил новую книгу «Бизнес в стиле Virgin». Чему вас не научат в бизнес-школе», перевод которой на русском опубликован недавно издательством «Манн, Иванов и Фербер». В этой книге основатель Virgin продолжает

рассказывать о своем видении бизнеса в традиционном стиле «теряя невинность». Там много таких обычных фраз, как «хорошие ребята могут финишировать первыми», как «важно не быть серьезными», «не бойтесь идти на просчитанный риск», «разрешите сотрудникам ошибаться». Ну и иногда Брэнсон ставит под сомнение некоторые аксиомы.

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 волны 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 прорисовать 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. ➤

БУДЬТЕ ИЗОБРЕТАТЕЛЬНЫ – МЕНЯЙТЕ МИР

В наше время непросто создать процветающую компанию. Не важно, что вы предлагаете потребителю – продукт, услугу или бренд. Собственно, вам придется создать нечто, в корне отличающееся от того, что уже существует. Вспомните самые успешные компании последних 20 лет. Microsoft, Google, Apple и Facebook потрясли мир, сделав то, чего никто до них не делал. Но и сегодня они продолжают придумывать что-то новое.

Не каждый имеет смелость стремиться к таким высотам. Однако, решившись войти в уже переполненный сегмент, вы должны быть готовы предложить покупателям услуги, которые не оставят от конкурентов камня на камне.

Когда мы открывали Virgin Atlantic, то придумали свою «фишку», которая основывалась на единственном факте: наша команда действительно очень хорошо относится к пассажирам. Представляете, какая прорывная идея для авиакомпании!

ГОРДИТЕСЬ ПОТЯСАЮЩЕЙ РАБОТОЙ ВАШИХ СОТРУДНИКОВ

Бизнес – не более чем группа людей, и они, несомненно, ваш самый ценный актив. На самом деле в большинстве случаев ваши люди и есть ваш продукт. Для меня нет ничего хуже, чем слышать, как сотрудники извиняются за своего работодателя. Гордость за свою компанию создает особый уровень доверия и приверженности, который выгодно отличит ваш бизнес в мире заурядности и безразличия.

РУКОВОДИТЕ СЛУШАЯ

Хороший руководитель должен уметь слушать. Ваша точка зрения, несомненно, важна, однако нет смысла

навязывать свое мнение, отвергая обсуждение и достижение некоего консенсуса. Никто не обладает монополией на хорошие идеи и советы.

Идите в народ, слушайте, вызывайте сотрудников на откровенность и учитесь у них. Как лидер вы должны уметь щедро раздавать похвалы. Никогда открыто не критикуйте людей, не выходите из себя и всегда будьте готовы аплодировать хорошо сделанной работе.

Люди расцветают от похвал. Как правило, им не нужно говорить, что они не правы, поскольку обычно они и так об этом знают.

БУДЬТЕ ЗАМЕТНЫ

Хороший лидер не сидит в своем кресле. Я никогда не работал в нашем офисе (мой личный офис – дома), тем не менее я постоянно рядом со своей командой. Может

показаться, что я все время в разъездах, но у меня всегда с собой блокнот, в который я записываю все вопросы и хорошие идеи.

Летая Virgin Airlines, я всегда стараюсь общаться с членами экипажа и пассажирами и обычно получаю от них немало разумных предложений. Если бы я все их не записывал, то мало что запомнил бы. Общайтесь со своими клиентами и сотрудниками при любой возможности, слушайте, что они говорят вам (хорошее и плохое), и претворяйте их идеи в жизнь.

Многие скажут: это работает, если у вас небольшой бизнес. Неправда. В Virgin мы стараемся назначать руководителей, разделяющих нашу точку зрения. В результате нам удается управлять огромной корпорацией так же, как владелец малого бизнеса руководит семейным делом, – сохраняя проактивность, отзывчивость и доброжелательность. ■



STEVE SCHOFIELD