

הבטחה למותג

כמה פעמים יצא לכם להגיע לעסק או ארגון בעקבות פרסום במדיה לשרות כלשהו ונורא התאכזבתם? למי מאיתנו לא הייתה את האכזבה על פנינו שהתוודינו לנוכח השרות הקלוקל של נותן השרות במקום? דוגמא טובה לכך קרה לה בבנק, הבנק בו הייתי לקוח פרסם, באופן אגרסיבי ועקבי שאנשיו הם בנקאים מאד שירותים, מבינים באנשים ובכל מיני סיסמאות חסרות שחר. כאשר הגעתי במטרה לבדוק מספר דברים שמתנהלים בחשבוני, לא היה כך הדבר. אותו בנקאי "מנוסה, שמבין באנשים" היה במקרה לא פחות ולא יותר סגן מנהל הסניף שלאחר דקות ספורות נפנף אותי החוצה והאציל את סמכותו לאחר, וכמובן לא עמד **בהבטחה** למותג שפורסם.

הבטחה למותג הינה ערך חשוב ועליון של כל ארגון ולא משנה באיזו אסטרטגיה בוחר הארגון לנהל. יחד עם זאת מה קורה שארגון החליט לצאת עם הבטחה למותג, למשל בכל הקשור לשרות או שיפור השרות ולא עומד בה? מה קורה שהשטח ונציגיו כלל אינם מודעים לעובדה שהנהלת הארגון החליטה לבצע שינוי בגישה? בכדי לענות לשאלות אלו ולקיים הבטחה למותג כאשר עד אחרון העובדים יודע ליישם זאת, גם אם יעירו אותו משנתו באמצע הלילה, חייב הארגון והנהלת הארגון לבצע מספר פעולות חוצות חברה.

- כנס חברה שבה מציגים את האסטרטגיה החדשה, חשיבותה ויעדיה.
- הדרכת מנהלים כמקור רב השפעה על כלל העובדים.
- הדרכות ממוקדות לכל אוכלוסיות החברה על ידי מחלקת הדרכה או גורם חיצוני.
- מתן מיומנויות לצורך ביצוע הפעולה- לדוגמא בעולם השרות, סדנת מיומנויות שרות לקוחות לנוגעים בדבר.
- קביעת יעדים עם או בלי תגמול.
- בקרה –בקרה על ידי דוחות או מערכות אחרות.
- בדיקה והטמעה- בדיקה של מנהל או גורם אחר בארגון שמטרתו לבצע בקרה על הנעשה בפועל, ובמידה ויש צורך בתיקון מבצע זאת גם כן.
- פרסום בערוצי החברה השונים (מיילים, שילוט במסדרונות החברה, מכתבים אישיים)

כאשר פעולות אלו יכנסו לתוכניות העבודה של מנהלי הארגון או העסק, ובנוסף הפעולות האלו יבאו לידי ביצוע מבלי לפסוח על אף שלב, לא יהיה ספק שהבטחה למותג תתקיים ולאורך זמן. דוגמא טובה לכך ניתן לראות בבנק דיסקונט, שהחליט לשנות גישה ופתח חלק מסניפיו בימי שישי וביצע שינוי בפועל ללקוחותיו.

דרך אגב בסופו של דבר עברתי בנק שעומד בהטחה למותג ולשרות שלו.

ב ה צ ל ח ה

מיכאל בן יוסף @ פתרונות להצלחה בעסקים @ 054-5491491 @ www.michaelby.com