



Приложение №1

Стандарт «Сиситема лояльности»

Клиентоориентированность

Клиентоориентированность –это умение выявить потребности клиента и удовлетворить их, превзойдя его ожидания, что сделает его счастливым.

Любой маркетинговый инструмент имеет конкретную цель. И в самом понятии клиентоориентированности можно увидеть плюсы, которые оно несет для компании. Повышение клиентоориентированности положительно повлияет на компанию, потому что:

- Выше шансы, что клиенты придут за продуктами именно к Вам;
- Процесс продажи продукта значительно упрощается;
- Клиент меньше думает о стоимости продукта;
- Отток постоянных клиентов минимален;
- Повышенное “сарафанное радио” от клиентов.

Показателем клиентоориентированности сотрудника может служить то что он выполняет все предписания разработанные компанией работодателем при общении с клиентом. Но, по мимо, этого сотрудник должен внутренне понимать, что клиент это приоритет в его работе, то есть интересы клиента превыше собственных интересов и потребностей коллег и подчас работодателя.

Клиентоориентированный сотрудник намного ценней на рынке труда, да и продает он, как правило на порядок больше, а значит зарплата выше. Если вы не можете себя заставить уважать и ценить клиента, то лучше сменить сферу деятельности.