



Zakaj je telefonska komunikacija povprečnega zaposlenega porazna in kako jo izboljšati, pojasnjuje **Klaus Schuster**. ▶ 21

Na pomoč! Stranka kliče!

Klaus Schuster

mojakariera@finance.si



Kar bom povedal zdaj, ni za slabe živce. Gre namreč za grozljivo temo: mučenje na delovnem mestu. Kar je bil v Guantanamo elektrošok, je na sodobnem delovnem mestu telefon. Menedžerjem in uslužbencem povzroča peklenške muke. Bolečine so tako hude, da številni trpini ne zmorejo, če zazvoni njihov telefon, iztisniti iz sebe niti imena podjetja niti svojega lastnega imena, kaj šele kakšnega »Dober dan.«. Iz sebe jim uspe spraviti samo vzdih »Da?«, »Halo?«, »Kaj?« ali »Prosim?«. In dobro je tako.

Kajti tisti, ki kliče, pa naj bo to stranka, dobavitelj, poslovni partner ali gospodarski urednik, mora od prve besede vedeti, da pri tem podjetju ni dobrodošel. Da želi njegov sogovornik ostati anonimen, noče izdati niti, ali je klicalec pristal pri pravem podjetju in na pravem oddelku, in da ga šteje za tako malo pomembnega, da se mu ne zdi vreden niti pozdrava. Ob tem pojavu je manj osupljivo, da je nekaterim neandertalcem uspelo preživeti do 21. stoletja in zdaj mečejo svoje krulčice glasove v telefon. Osupljiveje je, da obstajajo nadrejeni, ki takšnim odganjalcem strank dajejo celo plačo.

Zakaj je kultura telefoniranja porazna

Zgled za to je neki področni vodja, ki je moral s službenega potovanja poklicati svojo notranjo službo. Pristojni uslužbenec se je oglasil kratko malo s »Prosim?«. Področni vodja se je najprej izredno razjezil, ker si je moral dovoliti, da ga podrejeni nagovarja tako nevljudno. Nato je skoraj doživel srčni infarkt, ko se je zavedel, da ta uslužbenec dnevno sprejme vsaj 20 klicev. Po grobi oceni to letno nanese nekaj tisoč strank, ki jih ta nevljudnež odžene s svojimi verbalnimi brcami. To pomeni, da sabotira svoje lastno podjetje!

V zahodni Evropi ga lahko zaradi tega odpustijo. Tukaj ne. Kar deloma pojasni, zakaj je tukajšnja kultura telefoniranja tako porazna. Ne pojasni pa, zakaj obstajajo nekatera podjetja, katerih uslužbenci in menedžerji se znajo vesti tudi pri telefonu. Zakaj je tako? Zakaj jim ni za stranke in druge klicance povsem vseeno? Zakaj želijo, da bi se stranka dobro počutila in podjetje z veseljem znova počastila s svojim naročilom? Resnica je: tega si sploh ne želijo! Ne v prvi vrsti. V prvi vrsti so samo inteligentni ljudje. Ljudje, ki vedo, da prav nič ne prinese, če

se pri telefonu vedejo kot zadnji barbar. Zaradi tega se namreč ne počutimo bolje! Zaradi tega delo ni lažje. Zaradi tega stranke ne postanejo manj naporne. Noro ni, da takšni ljudje dejansko še obstajajo. Veliko bolj noro je, da obstajajo nadrejeni, ki takšne ljudi zaposlijo. So takšni šefi dejansko premaknjeni?

Preprosti triki

Seveda ne. Prej so zviti. Vedo nekaj, česar njihovi konkurenti ne: da stranke v nasprotju z razširjenimi miti podjetja ne zamenjajo zaradi cene, temveč zaradi njegovega dela s strankami. Da si predvsem mnenjski voditelji (kot jaz) ne dovolimo, da bi nas po telefonu obravnavali kot kriminalce, in zaradi tega dosledno bojkotiramo podjetja, v katerih pri telefonu sedijo neandertalci.

V Chicagu je McDonald's, ki preostalih 20 McDonald'sov v mestu po obsegu prometa pušča daleč zadaj, čeprav tega ni mogoče razložiti ne z njegovo velikostjo ne z njegovo lego. Ko je neka raziskovalna ekipa raziskovala ta pojav, se je izkazalo, da skoraj ves presežek prometa nastane na eni sami blagajni. Raziskovalci so si razbijali glave, a niso mogli ugotoviti, zakaj so stranke stale v vrsti pred Thelmino blagajno celo takrat, kadar so bile vse druge blagajne proste. Končno so pritegnili nekega etologa, ki je rešil uganko: Thelma je, ko je vračala denar, s svojo levo roko prišla strankino desnico in mu s svojo desnico naštel denar nanjo. Ta preprosta, trivialna, banalna, človeška gesta je v razčlovečenih časih, v katerih se v vlemestih vsakih pet sekund zgodi umor in neandertalci krulijo v telefon, povzročila tolikšen občutek človeške bližine in toplote, da so stranke raje tudi do pet minut stale v vrsti pred Thelmino blagajno, kakor da bi šle k neandertalcem pri drugih blagajnah.

S tem nočem reči, da se vljudnost izplača v gotovini. Kajti to je očitno. S tem nočem reči, da je bistra glava vsak šef, ki zaposluje samo Thelme. Tudi to je očitno. Kar hočem s tem reči, je, da ima Thelma svojo službo rada. Ni vljudna, ker ima sanjsko delo. Res je ravno nasprotno. Ker tudi pri tem delu dan za dnem ohranja svojo človeškost, dostojanstvo, prijaznost in vljudnost, je srečna, uspešna in spoštovana. In to povsem brez univerzitetne diplome ali prokure. Preprosto samo z vljudnostjo. Ali ni to čudovito? ●

► Klaus Schuster je lastnik svetovalnega podjetja Klaus Schuster Management Consulting, ki deluje na območju Jadrana in Balkana.