

Knihovna jako oáza služeb? Koncept vedení a řízení zaměřený na zákazníka

Dr. Hannelore Vogt,

ředitelka Městské knihovny Kolín nad Rýnem, předsedkyně poradního výboru Goethe-Institutu pro oblast informace a knihovnictví a spoluvydavatelka časopisu „Bibliothek. Forschung und Praxis“

50 rad, jak udržet zákazníky

1. Vytvořte kulturu poskytování služby: každý pracovník knihovny by si měl být vědom toho, že přispívá ke spokojenosti zákazníka.
2. Mějte vizi o poskytovaném servisu: poskytování služby a zaměření na zákazníka coby „principy fungování“ knihovny.
3. Zapojení všech: na této filosofii se podílejí všichni od managementu po jednotlivé pracovníky.
4. Písemně formulujte zásady poskytování služeb: žádné pravidlo však neexistuje bez výjimek – každý pracovník dokáže překračovat pravidla ve prospěch zákazníka.
5. Pracovníci knihovny mají „plnou moc“: v konkrétních situacích mohou sami rozhodovat, jak přání zákazníka naplní.
6. Další vzdělávání zaměstnanců je alfa a omegou!
7. Zveřejněte politiku poskytování služeb: oznamte zákazníkům, že se snažíte orientovat na zákazníky.
8. Zaměstnávejte „dobrý“ personál.
9. Odměňujte loajalitu: zákazníci i zaměstnanci si zaslouží uznání za svou angažovanost ve prospěch knihovny.
10. Měření výkonu: měřte produktivitu a efektivitu a oznamujte, jakých výsledků bylo vzhledem ke standardu dosaženo.
11. Vzájemný trénink: pracovníci knihovny by měli být schopni převzít i práci svých kolegů.
12. Rotace: nechejte zaměstnance plnit také úkoly z jiných oblastí, aby lépe pochopili souvislosti.
13. Zajistěte snadný přístup: snadné používání techniky a pomůcek.
14. Vstřícný zákaznický servis po telefonu: zavolejte někdy do své knihovny – dostane se volajícímu skutečné pomoci? Slyšíte, jestli se osoba, s kterou po telefonu mluvíte, usmívá?
15. Flexibilní pravidla: jediným pravidlem je přání zákazníka – podporujte své zaměstnance v odpovědném samostatném rozhodování.

16. Školení zákazníků: každý kontakt se zákazníkem má zároveň informovat a školit o nabízených službách knihovny.
17. Přiměřeně reagujte na stížnosti: zlost zákazníka nejdříve „akceptujte“, pozorně mu naslouchejte; ujistěte jej, že uděláte vše pro odstranění problému; poděkujte mu za to, že si stěžoval.
18. Zjistěte si reakce uživatelů: systematicky zjišťujte, co si uživatel/zákazník myslí o službách, které jsou mu nabízeny a poskytovány (dotazníky, setkání uživatelů, lístky pro odpovědi) – oznamujte výsledky.
19. Zaměření na zákazníka podle jeho věku: potřeby uživatelů se v průběhu života mění.
20. Zlepšovací návrhy: především pracovníci působící v kontaktu se zákazníkem by měli přicházet se zlepšovacími návrhy.
21. Konzistentní a férové jednání: ne vždy musíme se zákazníkem souhlasit – ale je potřeba „sledovat stejný cíl“ jako on.
22. Nabídku prezentujte realisticky: neslibujte příliš. Zklamání víc bolí – a příjemná překvapení zákazníka více připoutají.
23. Zákazník musí mít ze služby užitek: zákazník nepotřebuje jen vstřícnost, ale také konkrétní a správné informace.
24. High-tech s lidskou tváří: zejména vyspělé technologie vyžadují lidský a citlivý přístup při pomoci zákazníkovi.
25. Oslovujte zákazníka: vyhledávejte kontakt se zákazníkem, ptejte se ho na jeho potřeby, nabízejte pomoc.
26. Management každodenního poskytování služeb: jak je možné ulehčit zaměstnancům jejich práci pro zákazníka?
27. Cena ztraceného zákazníka: každá podpora knihovny se počítá: nespokojení zákazníci jedenáctkrát řeknou o své nespokojenosti jiným.
28. Sledování konkurence: konkurují nejen jiní poskytovatelé informací, ale panuje konkurence i o omezené zdroje zřizovatele.
29. Marketing: nikdy nemáte dost informací o svých zákaznících.
30. Znat potřeby uživatele: zjistěte informační chování, přání a očekávání uživatelů a reagujte na změny.
31. Zjistěte, kdo je mezi zákazníky nejoblíbenější: identifikujte zaměstnance, kteří dokáží nejlépe komunikovat ze zákazníky a učiňte z nich vzor.
32. Komunikace: komunikativní kompetence je důležitým faktorem: vyžaduje neustálý trénink osobnosti.
33. Úsměv: vytváří dobrý pocit na obou stranách.

34. Berte zákazníka vážně: každý zákazník osobně je důležitý: dejte mu pocit, že je důležitý.
35. Používejte zkušenosti se zákazníky při práci s veřejností: příklady s reálnými zákazníky nejnázorněji poukáží na kvalitu služby – zákazníci, kterých se to týká, to ocení.
36. Zákaznický parlament: založte radu uživatelů nebo zastoupení zákazníků a zapojte je do své práce.
37. Špičkový výkon: nadprůměrný servis – pro Vaši knihovnu je dobré jen to nejlepší.
38. Zaměstnanci a kolegové jsou také zákazníci: interní zákazník je stejně důležitý.
39. Ukažte zákazníkům, že se o ně zajímáte a staráte, např. mailingovými akcemi nebo pohlednicemi s pozdravem pro vybrané příznivce/sponzory.
40. Zveřejňujte výsledky: zveřejňujte uznání pracovníkům knihovny, komentáře zákazníků.
41. Třešnička na dortu: vždy poskytněte osobní služby navíc, které byste si sami přáli (24 hodin denně, zpracování informací, aktivní informování atp.).
42. Program oceňování a odměňování zaměstnanců: systematicky a pravidelně chvalte, netematizujte jen problémy.
43. Přestávky: kontakt se zákazníkem je velmi náročný, tito pracovníci potřebují také čas na regeneraci.
44. Slogan: vymyslete výmluvný slogan, který by charakterizoval vaši vstřícnost při poskytování služeb a který by se zákazníkům vryl do paměti.
45. Radost z práce: nezanedbávejte rituály a posilování pospolitosti.
46. Negativní zpětná vazba: vyzývejte zákazníky ke kritickým komentářům.
47. Práce bez předsudků: radujte se z rozdílnosti svých zákazníků.
48. Zevnějšek a atmosféra: jak je personál knihovny oblečený? Je knihovna čistá, jsou média „správně“ zařazená? Dívejte se očima zákazníka.
49. Pohodlí a atraktivita: vybavení a ergonomie pracovišť, osvětlení, design atp.
50. Knihovnická čínština: vyhýbejte se žargonu (OPAC, URL atd.).

Podle: Waltersová, Suzanne (1994): Customer Service. A How-to-Do-it Manual for Librarians, London, 103-110.

Překlad: Kateřina Sitařová