

Вы можете ловко, как игрок в Doom, отражать конкурентов, фонтанировать креативом и блистать остроумными стратегическими ходами. Но если ваши сотрудники вас подводят, то вы не банкир, а медь звенящая.

Скажем, Сбербанк сейчас активно рекламирует онлайн-банкинг, и сервис при ближайшем рассмотрении в самом деле неплохой. Видна серьезная работа дрессировщиков, обучивших слона достаточно прецизионным движениям. Рекламный ролик, сказать по правде, так себе, в стиле «кабачок на левом берегу Дона» - шумно и «богато», однако же для людей, которые принимают решения исходя из телерекламы и кроме Сбербанка других банков не знают, самое то. Проблема в том, что рядовые операционисты сводят усилия рекламщиков и дрессировщиков к пшику.

Лично я бился за право не стоять в знаменитых «сберовских» очередях почти месяц. Просто было на бумаге: суешь карту в банкомат, получаешь код, активируешь на сайте. Но оказалось, что некоторые платежи сделать невозможно. Звоним в службу поддержки, обещают перезвонить, не перезванивают. Идем в отделение, там выясняется: проблема в том, что карта оформлена на старый паспорт.

- Вы зачем паспорт меняли? - вопрос операциониста свалил с ног.

Ну, вроде сделали все. Однако же не работает. В ближайшем отделении разговаривать теперь не хотят: дескать, карта оформлялась в другом отделении. В службе поддержки при этом уверяют - география неважна, Сбербанк разрушает границы и стирает расстояния. После третьего визита в отделение и получасового разговора старший операционист наконец-то просто входит в базу и меняет паспортные данные за несколько секунд. Оказывается, проблема не стоила выеденного яйца.

В случае со Сбербанком налицо беды от недостаточной сметки персонала. Альфа-Банк страдает, напротив, от излишнего усердия оного. Мой знакомый завел зарплатную карту и был удивлен, что для ее активации нужно позвонить в банк, хотя в бухгалтерии ему уже выдали конверт с ПИН-кодом. После разговора с менеджером новоиспеченному

клиенту показалось, что «активация» задумана только ради того, чтобы побудить подключиться к сервису СМС-оповещений - разговор свелся к уговорам, как это круто. На всякий случай отказавшись (так уж научен наш человек - не верит в хорошее), приятель побрел в банкомат окешиться и тут перепугался не на шутку. Банкомат осведомился: «А что это вы СМС-оповещениями не пользуетесь?» Чтобы получить деньги, пришлось кликнуть по унижительной строчке «Да, я отказываюсь от пользования удобным сервисом».

- Известный и уважаемый банк выглядит как побирушка, которая охотится за двумя баксами в месяц, и это совсем не «гут», - сформулировал приятель.

Не буду телепатом, если предположу, что история выглядела так. Высшее руководство банка выразило пожелание - «продвигать новый сервис». Как безусловно прогрессивный. Рядовые взяли под козырек, да так, чтобы клиент чучелом или тушкой, но акцептовался. Топ-менеджер не будет смотреть, как выглядит интерфейс банкомата, и не станет вникать в тактику разговора операциониста с клиентом. Это - задачи менеджеров среднего и низшего звена. А им просто в голову не пришло, что они своему банку вредят.

Прослушав эту историю, вспомнил, как несколько лет назад в одном из отделений Райффайзенбанка работала девушка. Она кидалась на входящих со словами: «А вот подойдите ко мне», и, поскольку в руках у нее наблюдались какие-то папки, ее принимали за продавца пищевых добавок. Хотя эта бедолага из города Иваново всего лишь помогала клиентам сориентироваться. Ну, переборщила - и с косметикой, и с «волком-смайлом». Хотела же как лучше. Наблюдал за ней несколько месяцев: пообтесалась, разучила скользкую московскую походку, приобрела должную коренной столичной жительнице бледность лица.

Но не всегда наука так быстро идет впрок. Мособлбанк давно жаждет тесного контакта с частным клиентом. Решил и я забежать - сделать перевод Contact. Думал, что «забежать», потому что в Международном Банке Азербайджана, где я делал «контакты» прежде, процедура занимала минут пять. Рука, видать, набита. Но быстро не получилось, хотя я явился в банк с заполненным бланком. Менеджер долго изучал его, потом ксерокопировал паспорт, затем показывал результаты трудов старшему менеджеру, послал меня в кассу, привлек к себе после кассы... В этот момент я заметил рекламу на стене: «1,5 часа в очереди или 15 рублей в месяц?». Плакат рекламировал услугу доверительного платежа. Наверное, странно, когда банк сам, за свои деньги объявляет миру: «У меня тут очереди по полтора часа». Но честность, я считаю,

Рабы представляют опасность для Рима

Автор: Administrator
29.11.2012 17:38 -

дорогостоящий. Вот, скажем, реклама «Элитная стоматология в Проектируемом проезде. Спроектировал челюсть? Проезжай!» вызывает много вопросов. А «Делаем хреново, но дешево» - уже не так много.

Если вы нанимаете на работу свежего хипстера или метросексуала и верите, что, раз у него в ушах наушники, он разделяет ценности капитализма, подумайте о том, что у его мамы по-прежнему горка хрусталя в «зале». А бабушка, небось, на прялке пряла при лучине. Россия - очень молодая страна. И буржуазные ценности, вроде «нечего тут творчество разводить - как сказано, так и исполняй», у нас приживаются с трудом.