

# Эта удивительная Япония

О впечатлениях от Страны Восходящего Солнца нам рассказал бизнес-тренер международного уровня, Майкл Бэнг ([www.michaelbang.net](http://www.michaelbang.net)) после поездки в Японию с целью подготовки проекта «Деловой Туризм – Япония 2011».

В рамках проекта «Деловой Туризм» со всей России в апреле 2011г. собирается группа предпринимателей на «профессиональную переподготовку» в Японии. О сути этой «переподготовки», а также о той пользе, которую получат её участники, нам также рассказал Майкл – идейный вдохновитель и ведущий этого проекта.

**ДГ:** Майкл, каковы Ваши впечатления о поездке в Японию в целом? Было ли что-то, удивившее Вас в работе японских компаний? Что, по Вашему мнению, русские люди могут перенять у японцев?

**МБ:** Первый раз я в Японии был в 1990 году, то есть 20 лет назад; и уже в то время меня впечатлили японцы.

А в этот раз самое удивительное было то, насколько они эффективны. Японцы действительно уделяют внимание мельчайшим деталям, смотрят на то, как сделать все лучше, быстрее. Их можно назвать перфекционистами, они ориентируются на совершенство.

И второе что впечатляет – это то, насколько они дружелюбны и вежливы по отношению друг к другу. Иностранцу путешествовать по Японии очень комфортно, поскольку люди всегда приветливы, ориентированы на помощь.

Россия, к примеру, такие качества как раз очень могут помочь.

Во-первых, в том, чтобы быть более дружелюбными и вежливыми по отношению друг к другу.

И во-вторых – в понимании того, как быстрее, как более эффективно выполнять работу. Я зачастую вижу в России, к сожалению, таких «тихоходов» в административном персонале: медленно двигаются, медленно работают, — то есть слишком много времени уходит на то, чтобы совершить какое-то действие. И, конечно, в результате их продукт или услуга стоит гораздо дороже. Ведь чем эффективней мы работаем, тем меньше у нас затрат в бизнесе. И, соответственно, бизнес при сокращении затрат становится более конкурентоспособным.

**ДГ:** Как Вы считаете, имеет ли право на существование точка зрения, что мы, русские люди, имеем совсем другой менталитет, чем японцы. У нас не будет такого же упорства и рвения, как у самых обычных, рядовых японцев. И нет особого смысла в перенятии их способов работы. Что Вы думаете по этому поводу?

**МБ:** Да, это очень интересный вопрос. Если взять планету, на которой мы живем, люди, дей-

ствительно, представляют разные культуры, разные интересы, у нас у всех свои традиции, свое поведение, то, к чему мы привыкли; то, что мы можем принимать и что не можем. В то же время, мы все являемся землянами, жителями планеты Земля.

Есть два самых больших желания, которые хочет каждый из нас:

Во-первых, мы все хотели бы иметь хорошее материальное благосостояние, иметь дом, хорошую машину, хорошую одежду. Это так называемая финансовая свобода.

И вторая составляющая жизни – это то, что все мы хотим быть счастливыми.

Что я имею в виду, говоря все это? Да, верно, японская культура – это японская культура, а российская культура – это российская культура. Но есть многое, что мы можем перенять у японцев: то, как быть более эффективными в жизни, то, как это может помочь нам в том, чтобы достичь больше материального благосостояния так, чтобы это позволило нам быть более счастливыми и получать больше удовольствия от жизни.

## Чем выше сервис, тем ниже посадка!

С уникальностью японского сервиса можно столкнуться где угодно – в магазине, в ресторане, на транспорте. Он бросается в глаза сразу и повсюду. В ресторане официантка при разговоре с клиентом непременно найдет способ расположиться так, чтобы быть ниже, и смотреть на него снизу вверх, будь то высокий или низкий стул. Наконец, если дело происходит в японском ресторане и клиент сидит на татами, официантки будут передвигаться по комнате ползком, чтобы большую часть времени быть ниже уровня его головы. При этом с клиентом разговаривая, они делают это с таким выражением лица, словно это не обычный человек, а посланник небес собственной персоной. Утонченная вежливость и изощренная предупредительность в мельчайших деталях. Абсолютная компетентность – нет рабочей ситуации, в которой служащий не знал бы совершенно точно, что нужно делать. Отточенность движений и выверенная мимика.

**ДГ:** Считаете ли Вы Японию примером идеального сервиса? Каковы его отличительные черты и чего, с Вашей точки зрения, не хватает российскому сервису?

**МБ:** Ключевым моментом является то, что, когда вы приедете в Японию, Вы увидите, насколько японцы ценят и уважают своих клиентов.

Они действительно, рады, когда клиент приходит к ним, они рады вести бизнес с ним, и это поистине искренне, это идет от сердца. Вот этому у них можно поучиться.

И для этого необходимо осознать, что каждый клиент – это тот человек, который финансирует наш бизнес, нашу личную жизнь. Все деньги, которые у нас имеются в жизни, — они все поступают от наших клиентов. Именно это может помочь нам стать более дружелюбными, более профессиональными, более вежливыми по отношению к тем людям, которые собираются финансировать нашу жизнь.



В России до сих пор есть компании, которые не очень заботятся о клиентах; бывает и просто грубость встречается. И многие клиенты просто принимают это положение дел, уже в силу привычки.

Но сейчас всё больше русских людей ездит за границу, наблюдают высокие международные стандарты и перестают столь терпеливо относиться к плохому обслуживанию.

Поэтому компания, которая начинает адаптировать высокие международные стандарты обслуживания клиентов, будет иметь очень большое конкурентное преимущество в России.

**ДГ:** Майкл, а что Вы считаете на самом деле важным для успеха в бизнесе?

**МБ:** Что делает бизнес успешным? Каковы ключевые компоненты создания потрясающего бизнеса, который приносит хорошую прибыль, и за который мы испытываем гордость?

Мы видим это так: чтобы бизнес был успешным, необходимы четыре компонента.

**Первый компонент** – является основным фактором любого бизнеса, - необходимо иметь **продукт или услугу, которая каким-то образом будет полезна клиентам.** Нам

### Справка ДГ

Майкл Бэнг родился в Копенгагене (Дания). Получил образование в сфере продаж, HR, PR и мотивации, является лицензированным бизнес-консультантом и инструктором по продажам. Основатель «International School of Sales» (Международной школы продаж). Школа работает в Европе, в том числе и в России.

Обучил тысячи продавцов, менеджеров по продажам, топ-менеджеров и бизнесменов таких международных компаний, как Panasonic, Toyota, Volvo, Renault, Land Rover, Nestle, Unilever, Heineken, Toshiba, и т. д. В России — Мерафон, Омск Аско, Национальная Страховая Группа и др.

## Как по-японски «Клиент всегда прав»?

В японском языке есть выражение *какусам ва камисама*. На русский язык его обычно переводят по смыслу – «клиент всегда прав». Но это по смыслу. В данном случае предпочтительнее буквальным перевод: «Его Величество клиент – это Господь Бог». Именно на этом принципе стоит весь японский сервис.

**Источник:** А. Прасол "Япония. Лики времени"

необходимо сделать так, чтобы жизнь людей становилась лучше, - это может быть, к примеру, создание компьютера, которым человек пользуется в офисе, и его жизнь от этого становится лучше. И чем больше этот продукт или услуга улучшает жизнь клиента, тем более ценным этот продукт или услуга является.

**Второй фактор.** Поскольку на сегодняшний день очень большая конкуренция, и осталось не так много дефицитных товаров, нам необходимо **заниматься активными продажами.**

Это означает, что нам самим необходимо идти и искать, кто станет нашими лучшими лояльными клиентами. Даже если у нас будет просто потрясающий продукт, не стоит надеяться, что клиенты будут сами



Эстетика сервировки

приходить и покупать его. Или даже если клиенты будут сами приходить к нам, они могут требовать низкую цену, и тогда у нас нет прибыли.

Активная продажа означает, что мы активно ищем наилучших клиентов для нашего продукта, и активно убеждаем их, чтобы они покупали у нас по той цене, которая приносит нам прибыль. И на сегодняшний день нам действительно необходимо иметь очень сильную команду продавцов, ведь отделы продаж компаний становятся все более и более важными для успеха в бизнесе.

**Третий фактор** – это **обслуживание клиентов** и работа с клиентом. Когда кто-то что-то купил у нас, каким образом о нем заботятся? Это человеческие отношения, в первую очередь. Чем лучше человеческие отношения между нами, тем более успешным становится и наш бизнес.

**И четвертый фактор** – это **эффективность.** Все наши процессы, все наши процедуры должны быть эффективными, быстрыми, осмысленными, чтобы мы избавлялись от ненужного, чтобы не делали того, что нам не требуется. И это связано с тем, в первую очередь, есть ли хороший бизнес-план у компании, хорошо ли компания управляет временем для того, чтобы фокусироваться на основных целях; эффективно ли делает то, что является важным.

Если Вы не совершенствуете свои рабочие процессы, а Ваши конкуренты сосредоточены на этом, то эта ситуация может стать Вашей проблемой. Конкуренты не дремлют, и будут «перетягивать» на себя Ваших клиентов, и клиенты пойдут в те компании, которые действуют наиболее эффективно.

**ДГ:** В апреле 2011 года Вы приезжаете во Владивосток с серией бизнес-семинаров, а после отправитесь в Бизнес-Тур в Японию во главе группы предпринимателей из России. Расскажите подробнее об этой поездке. Чем она будет полезна для российских бизнесменов?

Что касается нашей поездки в Японию, которая будет проходить в конце апреля. Это будет недельный

## Японский сервис: откуда что берется?

Истоки становления японского сервиса, следует искать в эпохе самураев. Правящий класс самураев на начальном этапе был главным потребителем всевозможных услуг, поэтому торгово-обслуживающий люд должен был подстраиваться под установленные им правила жизни. А правила эти были жесткими даже для самих самураев, не говоря уж про подчиненных и прислугу. Если простолудина можно было на законном основании зарубить за нарушение правил этикета, то уж расправиться за обман с презренным торговцем – просто святая обязанность каждого уважающего себя самурая. Так что, отдавая сегодня должное удивительному японскому сервису и японской вежливости, нелишне будет вспомнить, какой ценой они доставались и какими мерами воспитывались.

**Источник:** А. Прасол "Япония. Лики времени"

домой, в Россию, в свой бизнес; как развиваться в этих четырех областях — ценный продукт, активные продажи, клиентоориентированность и эффективность.

**ДГ:** Кто из бизнесменов, по Вашему мнению, может стать участником Тура? Имеет ли значение вид деятельности предпринимателя?

**МБ:** На самом деле, им может быть любой человек, который желает улучшить что-то в своем бизнесе. Для этого ему нужны идеи, энергия, оптимизм. Может, он видит вокруг сплошной негатив, его každневная рутина засосала, и он хочет, чтобы его встрянули хорошенько, хочет вдохнуть глоток свежего воздуха.

Участником может быть владелец бизнеса, или руководитель компании, руководитель отдела; человек, ответственный за работу других людей в компании, или это может быть кто-то, кто планирует открыть собственный бизнес в будущем и думает, как бы это сделать.

тур с группой российских бизнесменов, которые хотят почерпнуть в поездке новые идеи и вдохновение, и привезти это в свою компанию обратно в Россию.

И мы будем обращать внимание в течение тура на все четыре области, про которые я говорил ранее.

В течение всей поездки в Японию каждое утро мы будем проводить небольшой семинар на тему дня.

После этого мы будем встречаться с японскими бизнесменами и компаниями для того, чтобы черпать новые идеи для бизнеса.

А затем каждый вечер мы будем в форме круглых столов проводить обсуждения на темы: какие идеи почерпнули в течение дня; что можно привезти домой, в Россию, в свой бизнес; как развиваться в этих четырех областях — ценный продукт, активные продажи, клиентоориентированность и эффективность.

**ДГ:** Кто из бизнесменов, по Вашему мнению, может стать участником Тура? Имеет ли значение вид деятельности предпринимателя?

**МБ:** На самом деле, им может быть любой человек, который желает улучшить что-то в своем бизнесе. Для этого ему нужны идеи, энергия, оптимизм. Может, он видит вокруг сплошной негатив, его každневная рутина засосала, и он хочет, чтобы его встрянули хорошенько, хочет вдохнуть глоток свежего воздуха.

Участником может быть владелец бизнеса, или руководитель компании, руководитель отдела; человек, ответственный за работу других людей в компании, или это может быть кто-то, кто планирует открыть собственный бизнес в будущем и думает, как бы это сделать.



Если кратко – *основным критерием является желание улучшить свою жизнь, бизнес; стать более успешным.* Если человек не хочет ничего менять в своей жизни, то тогда ему не стоит ехать.

**ДГ:** И в заключение, Ваши пожелания предпринимателям в наступившем 2011 году?

**МБ:** Мы сейчас находимся в начале этого 2011 года.

Что мне нравится в начале каждого года — то, что новый год – это всегда новая возможность для изменения нашей жизни – и личной, и деловой.

Что мы желаем предпринимателям в 2011 году?

Чтобы, прежде всего, Вы стали более успешными, гармоничными в личной и деловой жизни, даже несмотря на то, что деловой климат не очень прост.

Чтобы Вы хорошо заботились о своем здоровье, уделяли время на фитнес.

Чтобы проводили достаточно времени со своей семьей.

И чтобы при этом Ваш бизнес был успешным и прибыльным.

Чтобы клиенты – и это ключевой момент – с любовью относились к Вам, возвращались к Вам снова и снова; чтобы они говорили своим друзьям – идите туда, потому что там работают потрясающие люди и они отлично позаботятся о Вас.

Это является ключевым элементом успеха в бизнесе.

Елена Чижарёва

Уважаемые Дамы и Господа! Тренинговая компания «Дела в гору.RU» представляет

## Уникальный ПРАКТИКУМ В ЯПОНИИ

24 апреля – 1 мая 2011 года



[www.michaelbang.net](http://www.michaelbang.net)

# НЕВЕРОЯТНЫЙ БИЗНЕС-ТУР В ТОКИО

С участием МАЙКЛА БЭНГА — международного консультанта и бизнес-тренера

Специализированный Бизнес-Тур для владельцев бизнеса и руководителей компаний!

БИЗНЕС-ТУР ВКЛЮЧАЕТ:

- **Насыщенную программу посещений предприятий в Токио**, с целью изучения японского опыта, подхода и философии в работе с клиентом!
- **Экскурсионную программу на Хаконе** - национальный парк, **одно из красивейших мест Японии**, где Вы можете увидеть Гору Фудзи, окунуться в горячие источники, и **почувствовать предоставление сервиса на уровне искусства!**

ВАШ ТУР ВКЛЮЧАЕТ:

Проживание в гостинице \*\*\*\* (2-х мест), 3-х разовое питание (включая супер ужин), Трансферы, Лайф-координатор, Переводчик, Посещение предприятий, Экскурсия по Токио, Экскурсия на Хаконэ, Визовое оформление.

Набор в группу ограничен!

**По вопросам участия и регистрации обращаться по телефону: (4232) 69-33-00!**

РЕЗУЛЬТАТЫ ТУРА:

- **Ваше новое понимание** (конкретные решения), как вывести Ваш бизнес на **новый уровень.**
- Новые **контакты** и возможности для Вашего бизнеса.
- Незабываемый **Отдых** в хорошей компании, **который навсегда останется в Вашей памяти!**

