

Принципы Джона Паттерсона и опыт дистрибуции системы ИРБИС в Украине

John Patterson's Principles and the Experience of IRBIS System Distribution in Ukraine

Принципи Джона Паттерсона та досвід дистрибуції системи ІРБІС в Україні

Т. И. Березная

Фирма «Матрикс Пресс», Киев, Украина

Tatyana Berezna

Matrix Press Company, Kiev, Ukraine

Т. І. Березна

Фірма «Матрікс Прес», Київ, Україна

Обычно в теории продаж продавцы разделяются на две категории: «охотники» и «фермеры». «Охотники», находящие новых клиентов, более эгоцентричны и менее ориентированы на долгие отношения, чем «фермеры», у которых хорошо получается обслуживание и развитие существующих отношений [2]. Мы – скорее «фермеры», чем «охотники», так как, говоря о «внедрении системы ИРБИС», имеем в виду не количество поставок, а процесс.

The sales theories usually divide sellers in two categories: «hunters» and «farmers». «Hunters», who find new customers are more egocentric and less oriented toward long-term relations than «farmers», who are comfortable with servicing and developing existing relations [2]. We are more «farmers» than «hunters». Talking about «IRBIS System implementation» we keep in mind not the quantity of sales but the process itself.

Зазвичай, у теорії продажів продавці розподіляються на дві категорії: «мисливці» та «фермери». «Мисливці», які знаходять нових клієнтів, більш егоцентричні і менш орієнтовані на тривалі відношення, ніж «фермери», у яких добре виходить обслуговування та розвиток існуючих відносин [2]. Ми – більше «фермери», ніж «мисливці», оскільки, під «впровадженням системи ІРБІС», розуміємо не кількість поставок, а процес.

«Я с куда большей охотой согласился бы иметь дело с человеком, ориентированным на принципы, нежели на деньги», – пишет Джеффри Гитомер в книге «Принципы Паттерсона и продажи в XXI веке» [1], называя «принципами» стратегию торговли и философию Джона Паттерсона. Хотя этим принципам уже более ста лет, они актуальны и понятны и в наше время. Поэтому в основу стратегии ведения бизнеса в нашей фирме положены именно эти принципы.

Внедрение системы ИРБИС в библиотеках Украины – одно из приоритетных направлений нашей деятельности. Обычно в теории продаж продавцы разделяются на две категории: «охотники» и «фермеры». «Охотники», находящие новых клиентов, более эгоцентричны и менее ориентированы на долгие отношения, чем «фермеры», у которых хорошо получается обслуживание и развитие существующих отношений [2]. Мы – скорее «фермеры», чем «охотники», так как, говоря о «внедрении системы ИРБИС», имеем в виду не количество поставок, а процесс. Этот процесс начинается с покупки клиентом системы (а часто даже еще до нее) и в идеале не прекращается. Вместе с клиентом мы проходим периоды обучения, поэтапного внедрения программы, постепенной ее адаптации к конкретным условиям. Даже с продвинутыми пользователями, которые уже не нуждаются в консультациях, мы стараемся не прерывать отношений, с одной стороны постоянно информируя их об изменениях в системе, а с другой – узнавая об успехах или проблемах.

«Главным свойством организации будущего станет постоянное приспособление к динамической внешней среде... Удовлетворение потребностей клиентов останется ключевым фактором», – пишет Борис Мильнер в статье «Новые требования к построению организации будущего» [4]. Этот подход мы воспринимаем как постоянное условие принятия решений в области бизнеса. В нашей практике встречаются разные клиенты, так как необходимость автоматизации библиотечных

процессов поняли уже как крупные библиотеки, так и библиотеки небольших организаций. В одних случаях специалисты библиотеки способны сами овладеть навыками работы с программой, в других – нуждаются не только в обучении, но и в изначальной разработке концепции автоматизации и в сопровождении ее реализации. Паттерсон учил своих людей приспосабливаться к «вероятному покупателю» и приходиться к согласию с ним. В связи с этим мы постоянно стремимся расширить объем услуг, которыми сопровождается поставка системы, не забывая при этом, что пользователи имеют разную материальную базу и трудовые ресурсы.

В первую очередь, для облегчения освоения программы мы создали серию методических пособий, которые наши клиенты получают бесплатно в печатном виде вместе с системой. На сегодняшний день в серию входит четыре пособия:

- «Настольная книга каталогизатора» – это пособие, которое представляет собой сборник технологических инструкций по заполнению основных полей при каталогизации разных видов документов. Инструкции являются рекомендательными и предназначены для облегчения освоения методики создания записей базы данных электронного каталога.
- «Получение выходных форм» – пособие, в котором описана последовательность получения той или иной формы с указанием необходимых полей, которые должны быть заполнены в базе данных, чтоб эти выходные формы работали.
- «Ищу то, не знаю что» – это сборник примеров по выполнению всех видов поиска в электронном каталоге, предназначенный для облегчения освоения методики поиска, как сотрудниками библиотеки, так и читателями.
- АРМ «Комплектатор». Ч. 1: Подписка периодических изданий. Данное пособие представляет собой сборник инструкций по технологическим процессам, связанным с подпиской периодики.

Сегодня мы работаем над усовершенствованием этой услуги. Нами разрабатываются обучающие программы в виде озвученных видео-уроков, которые будут также передаваться заказчику при поставке системы. Запустив такую программу, обучаемый может выбрать из содержания тему, которая его заинтересовала, и увидеть на экране в реальном времени последовательность заполнения полей или выполнение других задач, слушая комментарии и не вмешиваясь в процесс. На сегодняшний день в стадии завершения две программы, которые носят такие же рабочие названия как методические пособия: «Настольная книга каталогизатора» и «Ищу то, не знаю что».

Еще одним из полезных нововведений, мы считаем то, что на этапе предварительных договоренностей с потенциальным клиентом, мы его исследуем (проводим тестирование). Так мы узнаем объем и качественный состав библиотечного фонда, места хранения, количество компьютерной и периферийной техники, планируемое количество автоматизированных рабочих мест, навыки персонала и прочую информацию. Это нам позволяет дать более точные рекомендации по составу приобретаемых модулей и составить план дальнейшего перспективного сотрудничества с клиентом. Тестирование позволяет нам заранее подготовиться к адаптации системы и приложить к поставке файлы с настройками ini-файлов, словарей и справочников. Кроме того, прилагаются файлы, измененные в связи с учетом некоторых национальных особенностей.

Многие библиотеки имеют базы данных, которые создавались ими ранее в MS Excel или Access. Благодаря расширению возможностей системы ИРБИС, расширяются и наши услуги: мы предлагаем помощь по конвертированию данных.

Некоторые клиенты, готовясь к приобретению модуля Web-ИРБИС, доверяют нам создание сайтов и дальнейшее их сопровождение.

Для реализации всех поставленных задач необходима команда, подготовленная к решению как текущих, так и перспективных проблем. Это требует не только обучения и развития работников, но и максимизации контактов с пользователями, обеспечения их прямых и регулярных связей.

В этой связи, для нас стало правилом участие в конференциях и семинарах, связанных, так или иначе, с библиотечно-информационной деятельностью. «Чем лучше слушаешь – тем больше продаешь», – гласит один из принципов Паттерсона. Участие в мероприятиях приносит нам пользу не только и не столько потому, что мы говорим о себе, но потому, что именно здесь можно услышать информацию об опыте, успехах или проблемах в области автоматизации.

Кроме этого, мы сами организуем подобные мероприятия. В марте 2006 года мы инициировали создание неформального клуба «ИРБИС. UA», постоянными членами которого стало уже 15 библиотек – пользователей системы ИРБИС. Заседания клуба проходят раз в квартал на базе разных библиотек и состоят из трех основных частей. Первая часть – экскурсия по принимающей библиотеке, рассказ хозяев об опыте внедрения системы. Вторая часть посвящается той или иной теме, наиболее актуальной для большинства участников. Эта часть проходит в виде занятия или презентации, и готовится, как правило, сотрудниками нашей фирмы. Так, например, на занятиях по АРМу «Администратор» рассматривалось редактирование и создание словарей, рабочих листов и ini-файлов. При рассмотрении АРМа «Книгообеспеченность» основной темой стало конвертирование базы данных читателей из базы данных приемной комиссии. На занятие по АРМу «Книговыдача» мы пригласили фирму, которая поставляет оборудование для штрих-кодовых технологий. Это позволило нам в полной мере продемонстрировать возможности АРМа «Книговыдача» для тех пользователей, которые только собираются осваивать этот модуль, и предоставить возможность получить ответы на свои вопросы тем, пользователям, которые уже приступили к этому процессу. Третья часть проходит по принципу «вопрос – ответ». Пользователи задают вопросы, которые у них возникли в процессе работы с системой. Ответы дают либо более опытные пользователи, либо наши специалисты. Иногда, задаются вопросы, на которые никто из присутствующих не может дать ответ. Тогда, после заседания, мы пытаемся решить их, прибегнув к помощи разработчиков. Результат сообщается либо на следующем заседании, либо на форуме, который мы организовали на своем сайте (www.matriks-pres.com.ua). Клуб помогает нам дать понять нашим клиентам, что мы всегда с ними.

«Паттерсон считается отцом торговли, так как именно он первый осознал, что покупатели с большей охотой совершают покупки по собственной воле, нежели по воле продавца» [1]. Потребитель, окруженный глобальным информационным потоком, сознательно отказывается воспринимать рекламные обращения, по-прежнему нуждаясь в объективной информации о товаре и услуге. Поэтому все большее значение приобретают неформальные маркетинговые коммуникации межличностного характера. Это общение неформального характера между потребителями на темы, близкие к профилю компании или обсуждение потребностей, которые компания может в принципе удовлетворить» [3]. Роль компании в управлении этой сферой неформальных коммуникаций состоит в том, чтобы стать активным элементом коммуникационного процесса, выступая как независимое лицо под видом потребителя, или инициируя распространение нужной информации между его участниками. Специфика контактов, которые происходят во время встреч в нашем клубе, заключается в том, что неформальное общение межличностного характера возникает между специалистами, представляющими, как правило, энтузиастов своего дела, способных не только поделиться своим опытом, но и привлечь новых потенциальных пользователей.

На заседания нашего клуба приходят возможные будущие пользователи, для которых мы организуем презентации функциональных возможностей системы. Один из принципов Паттерсона звучит так: «Посторонние свидетельства помогают продать товар даже тогда, когда этого не может сделать продавец». В этом случае клуб дает потенциальным клиентам эти посторонние свидетельства и о системе и о нашем предприятии. И хотя межличностное общение проигрывает в скорости распространения информации, оно на порядок выигрывает в мотивации, т. к. многие социологические исследования доказывают, что большинство человеческих поступков, особенно имеющих статусный характер, совершается под воздействием «ближнего круга» [3].

Джон Паттерсон стал основным сторонником идеи зарабатывания денег путем их траты. Этот принцип уже второй год мы реализуем путем издания информационного бюллетеня «LibMarket». В бюллетене печатаются статьи об опыте внедрения системы, комментарии к релизам, информация от разработчиков. Тираж бюллетеня 1500 экземпляров, которые бесплатно рассылаются по библиотекам Украины, распространяются на различных мероприятиях.

Наиболее наглядным доказательством гения Паттерсона, Гитомер считает концепцию создания спроса на кассовые чеки, вместо попыток продажи концепции кассового аппарата. Паттерсон не старался продавать кассовые аппараты, вместо этого он создал потребность в кассовом чеке и спрос на него. Реализовать этот принцип в своей практике мы пытаемся путем создания актуальных и востребованных электронных ресурсов. Так, будучи подписным агентством, наше предприятие создает политематическую базу данных подписных периодических изданий. Эта база имеет

три уровня документов: первый уровень – описание журнала в целом, второй – номер журнала, третий – аналитическое описание статей из журналов. Клиент получает базу данных периодических изданий, распространяемых нашим подписным агентством, в машиночитаемых форматах. На сегодняшний день база данных содержит 1200 записей, которые представляют собой основные библиографические описания периодических изданий Украины и России, пользующихся наибольшим спросом в библиотеках вузов и научных библиотеках.

При доставке вместе с журналами клиенту передаются в электронном виде аналитические описания статей из этих журналов. На сегодняшний день база данных содержит около 20 тысяч записей уровня аналитического описания статей.

Таким образом, сервис, предлагаемый нами для библиотек, значительно сокращает путь издания к читателю и снижает трудозатраты библиотечных работников. Среди библиотек, которые заинтересовались данным сервисом, оказались и такие, которые не имеют никакого программного обеспечения для ведения электронного каталога, и хотят получить аналитические описания в печатном виде на карточках. Этим клиентам, при наличии у них компьютера, мы устанавливаем демонстрационную версию системы, передаем им записи в электронном виде, проводим консультационную работу, показывая преимущества электронного каталога по сравнению с бумажным. Таким образом, мы рассчитываем, что в будущем, при улучшении материальных возможностей, они будут готовы к приобретению системы ИРБИС.

Вот так, не претендуя на гениальность Паттерсона, мы не только стараемся продать ИРБИС, но и создать спрос на него.

Литература

1. Гитомер Дж. Принципы Паттерсона и продажи в XXI веке. – СПб.: Издательский дом «Питер», 2006.
2. Шапиро Б. Хотите чтобы клиент был счастлив? / по материалам сайта www.v-ratio.ru.
3. Федоров Д. Неформальные маркетинговые коммуникации / по материалам сайта www.cfin.ru.
4. Мильнер Б. Новые требования к построению организации будущего / по материалам сайта www.Elitarium.ru.