



Cum cresc serviciile de Facility Management satisfacția clienților?

Ing. Adrian Bălașu, Senior Expert R+R Consult Unternehmensberatung GmbH

Serviciile de facility management reprezintă o piață activă, aflată încă în fază de maturizare, care se confruntă cu numeroase provocări. Una dintre aceste provocări este creșterea productivității angajaților prin asigurarea unui mediu confortabil, stimulat și dimpotrivă, relaxant pentru cei care beneficiază de aceste servicii. Pe scurt, vorbim de creșterea satisfacției clienților în cadrul domeniului serviciilor de facility management.

De ce este importantă creșterea și menținerea satisfacției clienților? Pentru că în orice domeniu competitiv, satisfacția clienților este factorul care poate face diferența între succes și eșec. S-a constatat că productivitatea muncii este strâns legată de amenajarea spațiului de lucru și oferirea unor condiții de lucru corespunzătoare. Iată de ce așteptările beneficiarilor serviciilor de facility management au devenit tot mai nuanțate, iar factorul uman este tot mai important în fața unor simpli indicatori tehnici considerați până acum ca definitorii pentru calitatea serviciilor.

Facility managementul este un domeniu dinamic și asistăm la o schimbare semnificativă a pieței în ultima perioadă. Clienții sunt mai exigenți și nu ezită să își exprime nemulțumirile și așteptările. Putem vorbi chiar despre un transfer al puterii de la furnizor către client.

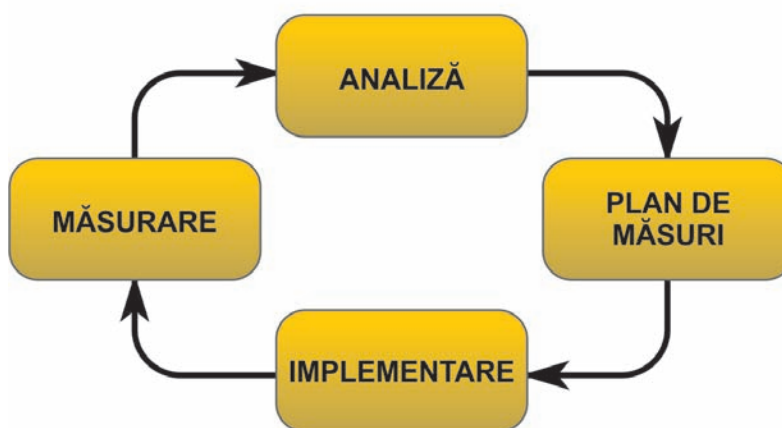
Simplul termen de satisfacție a clientului presupune o multitudine de factori diferiți ai relației dintre furnizorul de servicii și client și poate presupune luarea în considerare a calității unui produs, a raportului preț-performanță, împlinirea așteptărilor clientului și lista poate continua. Privind astfel, întregul concept poate părea complicat, neclar și dificil de implementat. Aceasta este explicația pentru care ne întâlnim de multe ori cu părerea că simpla asigurare a condițiilor, stabilite eventual într-un contract, care să se referă doar la suprafețe, confort termic, iluminat și pachet de servicii este suficientă pentru asigurarea satisfacției clienților. Dar nu este chiar așa. Motivul principal pentru care aceste condiții nu sunt suficiente, este acela că serviciile de facility management se adresează oamenilor, iar percepția acestora este în primul rând

emoțională și nu rațională.

Un pachet de servicii orientat spre creșterea satisfacției clienților presupune activități de evaluare, măsurare, analiza rezultatelor, crearea unui plan de măsuri și implementarea acestuia. Doar astfel se pot lua decizii care să se dovedească eficiente în privința costurilor, dar și care să asigure acele condiții așteptate de către client. Este interesant că, pentru fiecare caz soluțiile sunt diferite. Simpla repetare a unei soluții de succes, adoptate pentru un anumit client și pentru o anumită locație, nu reprezintă o garanție că va funcționa și în altă parte. Este nevoie ca în primul rând să ținem seama de specificul fiecărui client.

În domeniul serviciilor, clientul este cel mai impor-

PROCESUL DE EVALUARE A SATISFACȚIEI CLIENTULUI



tant capital, este cel care va evalua cel mai bine afacerea și totodată poate fi cea mai eficientă formă de publicitate.

Procesul de evaluare a satisfacției clienților este unul ciclic, care presupune ajustarea modului în care sunt livrate serviciile și evaluarea rezultatelor obținute. Etapele pentru măsurarea satisfacției clienților sunt următoarele:

- stabilirea obiectivelor;
- alegerea metodei de măsurare și realizare;
- desemnarea persoanelor cărora le este adresat interviul.

Este important pentru un furnizor de servicii să se concentreze pe câțiva factori cheie. Nu este recomandat să se încerce îmbunătățirea serviciilor în



Ing. Adrian Bălașu, Senior Expert R+R Consult Unternehmensberatung GmbH

totalitate. Rostul evaluării satisfacției clienților este acela de a identifica factorii cheie, importanți pentru client și bineînțeles sursele de nemulțumire. Concentrându-ne pe acele segmente importante pentru client se pot lua măsuri eficiente, care să fie de impact pentru satisfacția clientului.

Pentru aceasta există metode de analiză a datelor însă un rol important va avea și analiza comentariilor libere notate în cadrul interviurilor. De multe ori schimbările necesare pentru creșterea satisfacției clienților sunt simple și pot presupune doar un alt program de lucru, o procedură nouă, o comunicare mai bună, îmbunătățirea echipamentelor din dotare sau a ținutei personalului.

Dar, prin colectarea și analiza datelor, procesul de analiză a satisfacției clienților nu se încheie. Este prioritar ca, în scurt timp după evaluare, să se reacționeze din partea furnizorului de servicii la cerințele exprimate de către client. Aceste reacții pot fi imediate și presupun simpla contactare a clientului. De multe ori, un simplu schimb de informații poate ajuta la menținerea unei relații excelente între client și furnizor. Am întâlnit situații în care evaluările primite pentru serviciile prestate nu erau satisfăcătoare. La

baza nemulțumirilor se afla așteptarea din partea clientului de a fi contactat periodic de către o persoană relevantă din partea furnizorului.

Lipsa de interes în a avea o relație cu clienții și neglijarea acestora poate avea rezultate nefaste pentru un furnizor de servicii. Pentru cazurile care presupun luarea de măsuri privind personalul, serviciile sau procedurile, este recomandat ca în urma analizei datelor să se genereze un plan de măsuri, care va adus la cunoștința clientului și pus în practică. |