

Уроки гарного обслуговування клієнтів

Автор: Емі Фрай - Library Journal (Бібліотечний журнал), 1 вересня 2009 року

Висловлюємо вдячність пані Емі Фрай і пані Франсін Фіалкофф за люб'язно наданий дозвіл перекласти та розповсюдити цю статтю серед українських бібліотекарів.

We extend our gratitude to Ms. Amy Fry and Ms. Francine Fialkoff for kindly granted permission to translate and distribute this article among Ukrainian librarians.

Перед тим, як почати навчання на факультеті бібліотекознавства, я спитала свого колегу, чому він вирішив стати бібліотекарем. Частиною його відповіді були слова: «тому, що тут я нічого не повинен продавати». Я ніколи не замислювалася над сенсом цього твердження до того, як почала працювати в галузі роздрібної торгівлі.

До початку моєї нинішньої роботи у бібліотеці університету Боулінг-Грін штату Огайо протягом 18 місяців я була безробітною або виконувала низькооплачувану роботу у м. Сан Дієго. Тоді ж я працювала на громадських засадах, бралася за тимчасові завдання, вчила іноземні мови і часто дивилася розважальні телевізійні передачі. Я обіймала чотири посади за сумісництвом, зокрема заміщала бібліотекарів у двох різних системах публічних бібліотек та працювала за мінімальну зарплатню у книжковій крамниці «Барнз і Нобл» (Б&Н). Досвід, набутий у той час, допоміг мені виконувати мою нинішню роботу університетського бібліотекаря більше, ніж я очікувала.

Продаж додаткових товарів, відповідальність за продаж певного продукту

Під час моєї роботи в крамниці Б&Н я дізналася про поняття «ап-селл» - маркетинговий термін, що означає спробу продажу додаткових товарів клієнту, який вже щось купує. Наприклад: «Ви купуєте календар з кошенятами?» — «Чому б вам

також не купити книжкову закладку з кошенятами!» Дотичним до цього є поняття «хенд-селл», яке означає, що продавцю дається особисте завдання рекламувати певну марку товару протягом його/її робочої зміни у магазині.

Я усвідомлюю нині, що до певної міри кожен повинен щось продавати. Маркетинг є дійсно важливим елементом моєї роботи у бібліотечній галузі. Тільки на відміну від Б&Н, зараз я рекламую збірки, що є безкоштовними для відвідувачів, та послуги, які насправді допомагають студентам і членам педагогічного колективу успішно досягати своїх основних цілей у навчанні і дослідженнях. І тим не менш, яким би був результат застосування концепції «ап-селлу» та «хенд-селлу» у роботі бібліотекаря довідково-бібліографічної служби? Який тип «доповнень» до академічних бібліотечних послуг я могла би рекламувати при кожній розмові з відвідувачем?

«Мета нашої роботи – допомогти Вам»

Ми не завжди вели облік статистичних даних у публічній бібліотеці, але, коли ми це робили, отримані цифри вражали, і я з захопленням усвідомила, що заходи з надання інформаційно-консультаційних послуг є дуже доцільними і продуктивними. Я гадаю, що саме завдяки підходу, зорієнтованому на високий рівень сервісу, відбулися позитивні зміни у бібліотечній галузі. Мої колеги з публічної бібліотеки регулярно

застосовували такий підхід і надавали різноманітні види допомоги користувачам, починаючи від ремонту велосипедних замків до роздруковування нот органної музики з веб-сайтів. Спектр проблем і питань, який вони вирішували, дійсно вражає.

Працівники академічної бібліотеки очікують вищого рівня самообслуговування від користувачів, тому що ключовою ідеєю надання інформаційно-консультаційних послуг завжди було навчити відвідувачів самим ефективно використовувати ресурси. Але чому б не поширити цю практику на вирішення будь-яких поточних проблем? Якщо мої професійні навички бібліографа-консультанта великою мірою передбачають наявність таланту до розв'язання проблем, тоді я, безперечно, можу і мушу відповідати на ширше коло питань, ніж стандартний запит «Чи є у вас ця книга?»

Справджуючи сподівання

Як у крамниці, так і в публічній бібліотеці клієнти всерйоз очікували від мене миттєвих відповідей на їхні запитання. Чи є у вас та книга про собак, про яку йшлося на «Шоу Опри Вінфрі»? Чи можете ви порекомендувати якусь книгу жанру фентезі, що сподобалась би моїй дружині? У більшості випадків я була в змозі дати відповіді на ці запитання, оскільки бібліотечні фонди були невеликими.

Звичайно, у випадку надання консультацій в академічній бібліотеці питання і відповіді складніші, а потенційні джерела інформації - набагато більші. Втім, мій досвід роботи навчив мене, що немає нічого поганого в очікуванні таких знань і відповідей від бібліотекарів з боку студентів. Коли студенти ставлять нам питання, напевно, вони не хочуть почути у відповідь «це складно» або «ви маєте самі навчитись робити це», навіть якщо це і є справжня відповідь на їхній запит. Вони приходять до нас по консультацію, маючи сподівання, які, згідно з тим, що їм казали, є виправданими. Можливо, нашим завданням (а також роботою їхніх викладачів) і є заохочення студентів до підвищення вимог, не обмеження стандартними відповідями, які вони

постійно отримують, спрямування до непересічних ідей, які ми допомагаємо їм віднайти, та які вони знаходять самі.

Взаємодія = прибутковість

У міру того, як економічні прогнози ставали дедалі сумнішими, керівництво крамниці Б&Н прийняло рішення називати працівників відділу обслуговування клієнтів «вітальниками». Ідея полягала в тому, щоб змістити фокус їхньої роботи з автоматичного виконання поточних завдань на віддану роботу з клієнтами, починаючи з вітання всіх, хто заходить до магазину. Керівництво вважало, що це покращить обсяги продажів, з огляду на те, що особиста взаємодія сприяє прибутковості.

Стівен Белл, працівник, відповідальний за дослідницькі та навчальні послуги бібліотеки Пале університету Темпл, м. Філадельфія, і автор колонки «Белл Тауер» у віснику «Академічний рупор» «Бібліотечного журналу» (*LJ's Academic Newswire*) приділив велику увагу питанню зміни бібліотечної атмосфери у своєму блозі (віртуальному щоденнику) під назвою «Створимо кращі бібліотеки» (dbl.lichost.org/blog). Він обстоює думку, що ключовим компонентом цих змін має бути особистісна взаємодія і персоналізовані послуги. Як вже давно вважають прихильники «мобільних консультацій», надання бібліографічно-консультаційних послуг не повинно бути пасивним завданням. Наші спроби зробити крок назустріч відвідувачам заохочують їх встановлювати з нами ті стосунки, які, на думку менеджерів роздрібною торгівлі, підвищують вірогідність використання читачами бібліотечних послуг і матеріалів.

Вкладіть книгу в руки

Одним з чотирьох «принципів сервісу» Б&Н є у буквальному сенсі слова вкласти знайдену за запитом клієнта книгу йому в руки. Коли відвідувач запитував, чи в крамниці була певна книга, від продавця вимагалось пройти з ним/нею до відповідної секції, взяти книгу з полиці та вкласти йому/їй в руки. Першим моїм спостереженням у публічній бібліотеці

було те, що тут також був задіяний саме цей сервісний принцип. Кожного разу, коли я шукала якусь видання або здійснювала тематичний пошук для користувача, я не тільки говорила йому/їй, де можна було знайти цю літературу, але і йшла з клієнтом до того стелажу, де знаходилася книга, щоб упевнитися в тому, що все в порядку.

Під час роботи бібліотекарем у навчальних закладах я часто пояснювала відвідувачам, як знайти певну книгу на полиці, а в результаті вони поверталися через 20 хвилин і сором'язливо визнавали, що не могли її знайти. Я певна, що багато з цих відвідувачів просто відмовлялися від пошуку після першої невдачі, не прохаючи мене по допомогу повторно. Хоча інколи не реалістично супроводжувати кожного відвідувача до полиці, особливо у великих багатоповерхових бібліотеках, я усвідомила, що, коли я все-таки це робила, то мала можливість не тільки розповісти йому/їй про те, як користуватися бібліотечними шифрами, і допомогти шукати додаткові ресурси, але також, у разі відсутності відповідної книги на полиці, запропонувати альтернативні способи пошуку або замовити її з іншої бібліотеки. Такий підхід не тільки гарантує якісне обслуговування відвідувачів, але і є корисним для наших фондів, адже допомагає нам з'ясувати, які матеріали відсутні, та відшукати їх.

Бібліотечні фонди

Як товар книжкової крамниці, так і фонди публічних бібліотек, перш за все, відображають поточні інтереси читачів. Публічні бібліотеки регулярно проводять ревізію своїх фондів та позбавляються багатьох матеріалів. Одне з відділень, де я працювала, було настільки маленьким, що будь-яка книга жанру художньої літератури, якою читачі не користувалися десять разів на рік, потрапляла до списку на вилучення. Інше відділення переїхало до нового приміщення, де площа, виділена для бібліотечних фондів, була на 40% меншою, ніж у попередній будівлі. Ці обставини вимагали вилучення майже половини найменувань із фондів. І так само, як публічні бібліотеки використовують статистичні дані про кількість матеріалів, виданих на абонемент

і в читальному залі, з метою утримання лише тих найменувань, які користуються найбільшим попитом, підбір асортименту крамниці Б&Н також базується на попередніх продажах. Отже, крамниці пропонують лише той товар, який дійсно користується попитом серед їхніх клієнтів.

На жаль, цей принцип формування фондів не дозволяє більшості публічних бібліотек і роздрібних книготорговельних підприємств утримувати фонди, які відображають широкі інтереси громади та надають можливість для здійснення ґрунтовних досліджень. Основна місія публічних бібліотек просто інша. Ця ситуація змушує мене ще ясніше усвідомити ключову роль, яку відіграють наші академічні бібліотечні фонди у світі інформації, а також нагальну потребу в наданні дозволу з боку бібліотек державних університетів користуватися своїми фондами відвідувачам, які не є студентами чи викладачами цих навчальних закладів.

Позиція навчальних закладів

Багато університетських бібліотек дуже серйозно сприймають цю місію. Наприклад, обидва основні університети м. Сан Дієго беруть участь у програмі спільного користування ресурсами, яка забезпечує дешевий та легкий доступ до міжбібліотечного абонементу для користувачів публічних бібліотек. Подібну співпрацю між академічними та публічними бібліотечними закладами варто розширити. Академічні бібліотеки рідко мають книги про подорожі, матеріали для підготовки до тестів, книги іноземними мовами або популярні аудіо- та відео-найменування, які завжди наявні у публічних бібліотеках, і якими завжди цікавляться та яких потребують наші студенти. Об'єднання наших фондів та реінвестування в партнерські стосунки і спільні цілі допоможе як публічним, так і академічним бібліотекам задовольняти потреби відвідувачів, не нехтуючи своїми основними місіями.

Інколи треба сказати ні

Досвід роботи в публічній бібліотеці допоміг мені набути абсолютно іншого рівня впевненості при наданні

бібліографічно-консультаційних послуг. На моїй попередній роботі в академічній бібліотеці мої колеги та я гнучко дотримувалися правил. Наприклад, ми могли видати на абонемент матеріали, які, за всією суворістю правил, не підлягали видачі, скасувати штрафи, продовжити термін позики видань. При цьому ми керувались відповідним правом цих студентів, брали до уваги важливість обставин і життєвих рішень, що приймалися ними в останню хвилину, та підтримували атмосферу довіри.

У публічній бібліотеці таке ніколи не траплялося. «Надто велика сума штрафу на вашому рахунку?» — «Вибачте, але наступне видання ви вже не зможете взяти на абонемент». «Ці матеріали підлягають користуванню тільки в межах бібліотеки?» — «Перепрошую, але ви не можете винести їх з приміщення». Жодних скасувань, жодних винятків. Це також поширювалося на інші види запитів: «Вам не до вподоби та інформація, яку переглядає інша особа в режимі онлайн?» — «Ні, я не збираюся вигнати її з робочого місця». «Вам не подобається тема розмови тих підлітків?» — «Ні, я не збираюся заборонити їм користуватися бібліотекою».

Мені приємно, що як бібліотекар я радше підпадаю під категорію працівників, які «говорять «так» надто часто», але робота в публічній бібліотеці допомогла мені дещо скоригувати моє поблажливе ставлення і відповідно переоцінити

поняття дозволеного і належного. Як працівник публічної бібліотеки я також часто мала говорити «Ні, у нас цього немає», «Ні, ми не можемо дістати ці матеріали», «Ні, я не можу це зробити». Отже, я щаслива знову бути в академічному середовищі, де я можу говорити «так» частіше, і це буде як дозволено, так і належно. З іншого боку, з огляду на мій попередній досвід, я, мабуть, говоритиму «ні» частіше, до того ж, із меншим відчуттям провини.

Підготована на 100%

Сьогодні я відчуваю незнану раніше повагу до працівників публічних бібліотек, які здатні впоратися з різноманітними завданнями, сподіваннями та проблемами своїх відвідувачів, демонструючи при цьому неймовірну гнучкість і професіоналізм. Я також отримала невідоме мені раніше розуміння працівників роздрібною торгівлі, які мають низьку зарплатню, обмежені можливості, стикаються з кепськими робочими ситуаціями й неймовірним психологічним тиском продавати товар, виявляючи при цьому неабиякий оптимізм і бадьорість. Мені пощастило мати можливість повернутися до обраної мною галузі і знову працювати на ниві академічних бібліотек. Але тепер я по-іншому ставлюся до продажів, послуг і побажань відвідувачів, а також відчуваю себе краще підготованою для виконання своїх професійних обов'язків, ніж будь-коли.

Інформація про автора

Емі Фрай є координатором електронних ресурсів бібліотеки університету Боулінг-Грін штату Огайо.

Ми будемо раді отримати Ваші коментарі з приводу статті на адресу LJ/BACKTALK, 360 Park Avenue South, New York, NY 10010; fialkoff@reedbusiness.com