

KUIDAS LEIDA JA HOIDA MAKSEJÕULISI KLIENTE?

Järgnevalt mõned kogemuslikud soovitused alustavale puhastusteenuste ettevõtjale Soome puhastusteenuste turul. Eelduseks on muidugi töötajate koristusala väljaõpe, õiged ohutud ja ergonomilised töövõtted, elementaarsed professionaalsed töövahendid ning regulaarne täiendkoolitus.

FIRMA IMAGO

on äärmiselt oluline kliendi leidmisel ja imago kujundamine on taskukohane ka algajale ettevõtjale!

1. loo oma firmale meelde jääv logo ja kasuta seda avalikult (logo võiks sisaldada üht järgnevatest kontaktandmetest: veebiaadress, telefon või e-mail)
2. kujunda oma logoga nägus, lihtne ja informatiivne dokumendipakett (visiitkaardi-, kirja ja arveblankett)
3. varusta oma töötajad lihtsa ja mugava vormiriietusega (T-särk, põll, fliis jms.) kahes komplektis, millel on loetava suurusega logo
4. pööra tähelepanu nii enda kui ka oma töötajate väljanägemisele ja isiklikule hügieenile ning hangi töötajatele vajalikud hooldusvahendid (deodorant, kätekreem, suuvärskendi jms.)
5. kontrolli pidevalt, et klientidega kohtumisel oleksid firma töötajad hoolitsetud väljanägemisega ja puhtalt rietatud
6. kui kasutad oma autot töösõitudeks, varusta see kergesti eemaldatava (nt. magnetkinnitus) logoga ja ära häbene seda kasutada
7. auto kasutamisel töösõitudeks jälgi, et ka auto oleks hoolitsetud ja puhas

FIRMA LEITAVUS

1. loo nägus, võimalikult lihtne ja informatiivne kodulehekül (kalleid lisarakendusi veebibroneerimine, veebitellimine jne. võid hiljem kodulehele lisada)
2. kodulehe tellimisel sea tingimuseks, et koduleht oleks responsiivne (ekraani mõõtudele kohanduv), kuna juba üle 60% veebikülastusi tehakse mobiiliseadmetest
3. võimalusel telli kindlasti ka SEO (kodulehe Google jm. otsingumootoritele optimeerimine) ja kasuta selle teenuse tellimisel ainult tuntud oma ala spetsialiste
4. lisa oma kodulehe link ja kontaktandmed (võimalusel ka teenuse piirkond ja -lühikirjeldus) kõikvõimalikesse sobilikesse tasuta veebikataloogidesse, foorumitesse jne.
5. loo oma sotsiaalmeedia (Google, Facebook ja LinkedIn) firma kontod, hoia neid aktiivsena ja ära risusta isiklike postitusteemadega
6. kasuta targalt ja pidevalt sotsiaalmeedia kontode tasuta reklaamivõimalusi
7. jaga oma visiitkaarti igal sobival juhul ja palu seda ka oma töötajatel teha
8. külasta messe, esitlusi jm. erialaseid üritusi kas või ainuüksi flaierite jagamise eesmärgil
9. ära kunagi alaväärista ega häbene oma teenusevaldkonda ja puhastusteenindaja ehk koristaja ametit, see on aegunud ja väga väärt arusaam ning suhtumine
10. ole alati kättesaadav klientidele ja vasta e-posti päringutele hiljemalt järgmisel tööpäeval
11. vasta tööpäeviti alati telefonile, vastamisvõimaluse puudumisel saada informatiivne tekstisõnum, nt. olen hetkel hõivatud ja helistan esimesel võimalusel tagasi
12. hoia oma töötajad alati operatiivselt kursis kõigi muudatustega töögraafikus, klientide erisoovidega jne. ning ole töötajate jaoks alati kättesaadav

TEENUSE KVALITEET

1. koosta kindlasti teenuse tarnetingimuste loend ning baashinnakiri, kus on ka võimalike lisateenuste hinnad ja eritingimused
2. veendu, et klient on eelnevalt tutvunud teenuste tarnetingimuste ja hinnakirjaga, selle kinnitamiseks on erinevaid mugavaid võimalusi, nt. saates need kliendile e-posti teel

3. enne tellimuse kinnitamist selgita välja kõik kliendi erisoovid ning edasta need selgelt oma töötajale
4. ole võimaluste piires paindlik, sest klientide soovid ja tingimused võivad olla väga erinevad, sealjuures pead aga säilitama omad tööprintsüübid
5. kontrolli pidevalt pisteliselt töötajate töö kvaliteeti ja nõua ka igast väiksemast probleemist teavitamist
6. hangi firmale elementaarne vajalik professionaalne puhastustehnika-, keemia ja kuluvahendid (puhastuslapid jms.)
7. jälgi, et kõik töövahendid oleksid alati töökorras ja puhastuslapid kliendi juures tööd alustades alati puhtad
8. koristamisel pane tähele kõiki pisiasju, isegi puhastamisel pindade nurkadesse jääv tolmu kübe võib mõnda klienti häirida
9. suhtu koristamisse kui loomingulisse protsessi, lisaks kokkulepitud töödele võid omalt poolt lisada meeldiva aktsendi, nt. peale köögi tööpinna puhastamist seadistada korrapäraselt tööpinnal paiknenud esemed jne.
10. suhtu kliendi varasse hoolikalt, eriti ettevaatlik ole riulitel ja aknalaudadel olevate mälestusesemetega ja seinal ripuvate piltidega, millel võib olla sentimentaalne väärtus
11. kui töö käigus ka midagi katki peaks minema, ära ürita seda kunagi varjata, teavita sellest ning koos kliendiga leiate kindlasti kompromisslahenduse
12. ära kunagi nihuta üksi raskeid mööbliesemeid, et mitte kriimustada põrandat, vajadusel lepi selles osas kliendiga eraldi kokku
13. pea meeles, et oled palgatud koristajaks, mitte transporttööliseks, torumeheks ega puusepaks, seega ära kunagi ürita heast tahtest neid lisaülesandeid täita
14. teavita alati võimalusel koheselt klienti tekkinud olulistest probleemidest
15. teavita alati klienti tekkinud jooksvatest probleemidest hiljemalt peale teenuse osutamist e-posti teel
16. kui midagi jääb põhjendatult tegemata, teavita sellest lähimal võimalusel kindlasti klienti, nt. mõne akna välispinda ei saanud pesta, kuna ei suutnud akent avada jne.
17. ole kliendi kodus toimuvast alati diskreetne ja ära levita kunagi selle kohta infot, mida kliendi juures näed või kuuled
18. ära kunagi uuri kliendi dokumente, mis on ununenud avatuna lauale ning ära söö kliendi maiustusi, puuvilju jms. juhul, kui neid sulle ei pakuta
19. magamistubades tolmuimejaga vaipu ja voodialuseid puhastades ole väga tähelepanelik, sest üsna sageli on sinna pudenenud ehteid, münte jms.
20. laste tubades ära liigita kõiki paberitükke jms. rämpsuks, kui ei oska otsustada, siis paiguta need lihtsalt nähtavale nt. laua nurgale
21. kui klient soovib sulle näiteks kohvi pakkuda, ei pea sa keelduma, kui ta aga kipub pikalt jutustama jääma, teavita teda viisakalt vajadusest tööd jätkata
22. peale tööde lõpetamist käi kindlasti veelkord läbi kõik ruumid, otsides võimalikke tekkinud puhastusvigu ja jälgides, et kõik vajalikud tööd oleksid kindlasti tehtud
23. kontrolli enne lahkumist, et aknad ja rõduksed oleksid suletud, kasutatud seadmed poleks ununenud vooluvõrku ja veekraanid kinni
24. lahkudes kontrolli, et sinule usaldatud võtmed oleksid kindlasti kaasas, et välisuks sulgus korralikult ja turvalikk oleks vajadusel suletud

TEENUSE HIND

1. arvesta võimalusel iga püsikliendi puhul välja tehtava töö ja kaasnevate kulude omahind
2. hoia ennast kursis oma teeninduspiirkonnas kehtivate turuhindadega
3. kui oled eelpoolloetletud juhised täitnud, ära karda olla oma piirkonnas ka hinnaklassi tipus
4. väldi põhjendamatuid hinnaliskasid ja neid, millega kliendid harjunud pole
5. esita kliendile alati selge, läbipaistev ja arusaadav hinnakalkulatsioon ja väldi kindlasti peidetud hinnategureid

6. ära kunagi tee põhjendamatuid allahindlusi, vaid võta aluseks iga kliendi puhul temalt saadav tulu kuu või aasta lõikes
7. ära võrdle allahindluse protsente kaupluste omaga sest seal on tegu kaubaga, mitte niivõrd tööga, teenuste puhul on juba -5% väga hea allahindlus
8. heade püsiklientide puhul võid boonusena teha pistelisi soodustusi, nt. korra aastas akende pesu tasuta või kingi jõuludeks, sünnipäevaks oma firma 1-3 tunnine kinkekaart
9. stimuleeri kliente sinu firma teenuseid soovitama, nt. iga soovitatud uue kliendi pealt saab soovitaja boonusena 1-2 tunnise kinkekaardi
10. hinnakujunduse ja boonussüsteemi aluseks olgu see, et iga kliendi puhul jääks firma alati kasumisse, vähemalt aasta lõikes

ARVELDAMINE JA REKLAMATSIOONID

1. püsikliendi suhte aluseks olgu alati kirjalik teeninduseping, lepingu lisana olgu kindlasti üksikasjalikud tarnetingimused ja antud hetkel kehtiv baashinnakiri
2. jäta omale alati lepinguline õigus tarnetingimusi ja hinnakirja muuta, sellest klienti vähemalt 1 kuu ette teavitades
3. lepi iga püsikliendiga teeninduslepingut sõlmides alati kokku arveldamise tingimused (arveldamise sagedus, -viis ja maksekuupäev)
4. kui arveldad korra kuus, siis lepingut sõlmides luba kliendil valida talle sobiv maksekuupäev ja arveldamise viis (pangaülekanne, sularaha, kaardimakse)
5. lepinguliste püsiklientide puhul soovitan kasutada arveldamise viisina pangaülekannet eelnevalt kokkulepitud maksetähtajal ja arve peaks olema esitatud 14 pva enne maksetähtaega
6. julgusta püsikliente võimalikest ajutistest makseraskustest koheselt teavitama, tolerantsuse piiriks soovitan seada kuni 2 nädalat või kokkulepitud pikemaajalist maksegraafikut
7. ühekordsete klientide puhul soovitan kasutada arveldamise viisina sularaha/kaardimakset kohapeal enne tööde alustamist või pangaülekannet ettemaksuna (tekkinud vahe summas tasaarveldatakse)
8. eriti oluline ühekordsete klientide puhul on kaardimakseterminali olemasolu, nt. kui oled objekti ajakulu hinnanud, teed enne tööde alustamist koheselt ka arvelduse
9. reklamatsioonide ja kaebuste esitamise kord ja tähtaeg töö kvaliteedi osas peab olema tarnetingimustes määratletud, nt. reklamatsioon tuleb esitada e-posti teel teenuse osutamise kuupäeval
10. reklamatsioone tuleks lahendada ilma negatiivsete emotsioonideta konstruktiivse dialoogi käigus, mõlemapoolsed ettepanekud peaksid olema teisele osapoolle mõistetavalt argumenteeritud
11. kliendipoolsetele rahalistele korvamisnõuetele kehtib kindel reegel, mida peaksid järgima: klient peab enne korvamisnõude esitamist võimaldama osutatud teenuse vigu parandada ja kui see ei õnnestu, põhjendama talle tekitatud materiaalselt kahju ja selle suurust rahalises vääringus (paha tuju, pettumuse või solvumise tekitamine ei ole argumenteeritavad põhjendused)
12. julgusta kliente pidevalt andma nii positiivset kui ka negatiivset tagasisidet ning tee see neile võimalikult lihtsaks, kasutades selleks pistelisi rahulolupäringu e-postitusi ning lisa kodulehele vastav tagasiside/reklamatsiooni vorm

PEA MEELES, et sinu firma edu aluseks on sinule lojaalsed, hästi koolitatud, -tasustatud ja stimuleeritud töötajad. Maksa neile töötasu kindlasti oluliselt üle kehtestatud miinimummäära ning kasuta erinevaid boonustasusid klientide positiivse tagasiside korral. Võid samaaegselt kasutada ka n-ö leppetrahve klientide põhjendatud ja kontrollitud negatiivse tagasiside korral, kuid kasuta seda seadusega lubatud tingimustel, väga kaalutletult ja õiglaselt.

Juhised koostanud E. Kallas Soome puhastusteenuste ettevõtluse kogemuste põhjal alates aastast 2006
www.siivouspalveluja.fi