

Организационная культура – значимый фактор успешного построения отношений с клиентами

1/26/23



Руководитель отдела маркетинга и коммуникаций, PwC Латвия
Kalvis Gavars

Одной из предпосылок в обеспечении успешного обслуживания клиентов является упорядоченная культура организации. Удовлетворенность клиентов чрезвычайно важна для любого предприятия как средство поддержания долгосрочной рентабельности и конкурентоспособности на рынке.

Организационная культура стала важной неотъемлемой частью современной деловой среды, способной определять успех и устойчивое развитие предприятия. Организационная культура – это совокупность ценностей, взглядов, норм, отношений и моделей поведения, образующая рабочую среду предприятия. Она влияет на поведение, мотивацию, взаимное сотрудничество, методы работы и отношение работников, в том числе к клиентам, и определяет, как протекают процессы на предприятии, как принимаются решения и как они влияют на клиентов, их потребности и пожелания.

Согласно результатам [опроса руководителей балтийских предприятий PwC](#), опубликованным в этом году, руководители предприятий в Балтии упоминали упорядоченную организационную культуру как важнейшую предпосылку стимулирования и развития конкурентоспособности организации.

Важнейшие преимущества и трудности

Правильно разработанная организационная культура может вызвать различные положительные эффекты, например, повысить удовлетворенность, мотивацию и продуктивность работников, поощрять инновации и эффективное сотрудничество, обеспечить стабильность. Когда работники чувствуют причастность к ценностям и целям предприятия, видят свой вклад и получают соответствующую благодарность, они более мотивированы достигать лучших результатов. Гибкая и передовая культура стимулирует появление и использование новых идей, повышая способность предприятия создавать новые товары или услуги и развивать конкурентоспособность. Организационная культура влияет и на качество рабочей среды, что способствует удовлетворенности и благополучию работников. Если культура опирается на взаимоуважение, поддержку, открытость в общении, соблюдение баланса между трудовой и личной жизнью, она создает позитивную рабочую среду и помогает привлекать и удерживать талантливых сотрудников. К тому же организационная культура создает и укрепляет идентичность и бренд предприятия. Культура может отражать корпоративные ценности, цели и отношения, помогая сформировать образ предприятия, усилить узнаваемость и укрепить доверие клиентов.

Систематический и планомерный подход

Внедрение организационной культуры на предприятии требует систематического и планомерного подхода. При этом важно уделять внимание как структурным аспектам, например, политике и

процедурам, так и неформальным аспектам, например, коммуникации, руководству и моделям поведения. Для этого нужны время и терпение, однако формирование здоровой и поддерживающей культуры организации помогает предприятиям улучшить результаты труда и усилить вовлечение работников. В ходе этого процесса немаловажным аспектом является открытая и эффективная коммуникация. Работники должны быть осведомлены о целях, стратегии и потребностях клиентов предприятия. В то же время необходимо обеспечить возможности и каналы, по которым работники могут предоставлять обратную связь, рекомендации и идеи, способствующие инновациям и повышению качества обслуживания клиентов.

Роль руководителя

Для создания и поддержания организационной культуры необходимо разработать соответствующую модель руководства. Существенную роль в ней играют руководители – вовлеченность руководителя в разработку организационной культуры очень важна, поскольку именно руководитель может непосредственно влиять на организационную культуру, создавая и закрепляя конкретные модели поведения и взгляды. Руководитель должен быть посланником и примером для других работников, поощрять взаимное доверие, а также гарантировать получение работниками необходимой поддержки и обучения.

Организационная культура меняется

Успешная разработка и поддержание организационной культуры требуют ее постоянного пересмотра и адаптации. Различные непостоянные факторы могут создавать сложности или требовать приспособляться: необходимо учитывать пожелания клиентов, меняющиеся рыночные тенденции и другие факторы, например, новейшие технологии, чтобы сохранить гармонию потребностей предприятий и клиентов. Такой подход обеспечивает предприятию ряд преимуществ: во-первых, укрепляет лояльность и удовлетворенность клиентов, существенно повышая вероятность того, что клиент снова воспользуется услугами или товарами предприятия; во-вторых, укрепляет положительную репутацию и привлекает новых клиентов за счет того, что клиенты охотно рекомендуют предприятие другим; в-третьих, помогает отличаться от конкурентов и создает конкурентное преимущество на рынке, и последнее, но не менее важное – данные аспекты способны обосновать повышение цен.

При изменении организационной структуры или объединении предприятий и в других аналогичных случаях среди работников могут возникнуть недовольство и сопротивление, что не способствует единству в подходе. Нехватка лидерства – непоследовательность, ненадлежащее поведение, несоблюдение принятых ценностей и норм – может привести работников в замешательство и подорвать дальнейшее существование или внедрение единой системы ценностей. Чтобы справиться с этими и другими вызовами, стоящими перед организационной культурой, важно принимать осознанные меры, способствующие пониманию культуры, участию и изменчивости.

Внедрение организационной культуры – важный процесс, включающий в себя разработку и закрепление системы ценностей, поведения и отношений в организации. Для успешного внедрения организационной культуры необходимо учитывать различные факторы и использовать различные средства. Важно помнить, что организационную культуру невозможно внедрить за один день, неделю или месяц. Для этого нужны время, систематический подход, постоянная поддержка и уверенность со стороны руководства и работников. При этом формирование культуры –

непрерывный процесс, который нужно поддерживать в долгосрочной перспективе. Формируя культуру, которая ориентирована на клиента, поддерживает эффективную коммуникацию, отражает ценности, способствует инновациям и адаптации к потребностям клиента, предприятия смогут наладить прочные и устойчивые отношения с клиентами, что в свою очередь обуславливает доверие, лояльность и успехи в долгосрочной перспективе.