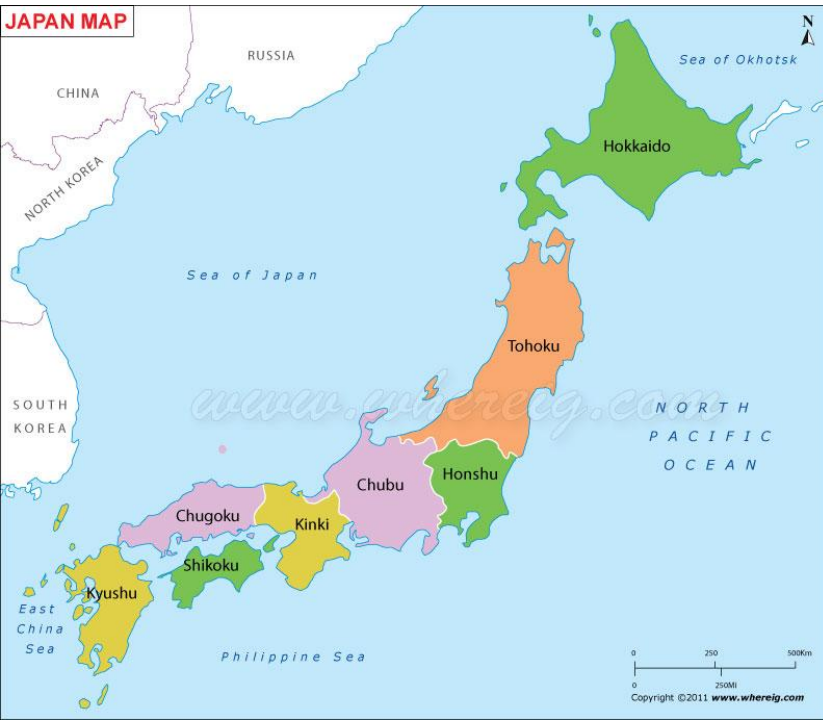




«Деловая культура Японии»



Шапошников
Сергей Вячеславович к.э.н.
shaposhnikov@mgubs.ru

Меньше места, больше работы, больше социализации

- Близко друг к другу
- Меньше уединения
- Редки личные кабинеты
- Трудоголики, но продуктивны ли?
- Обсуждение (даже если не знаете языка)
- Социализироваться важно (информационная вовлеченность)
- Кофе, чай- приглашение
- Для иностранца- приглашение в дома, знакомство с семьей, без обуви (офис, дом)
- Приветствие утром, индивидуальное- поддержка связи
- Вежливость и социальная ориентация

Меньше критики, быть менее прямолинейным

- Косвенным путем, напрямую- избегать
- Нужно обдумать, неожиданная идея, возможно...
- Отношение к ошибке- проблема для решения, но не для критики

- Прямолинейность? Читаем «между строк»
- Киикі wo yomenai?

Скромность, лояльность

- Не подчеркивать достоинства
- «мы», но не «я»
- Терпение, самоконтроль, ориентация на группу, умение принимать неопределенность, уважение к возрасту, положению, долгосрочность, рабочая этика, важность информации, энтузиазм на работе, чувствительность к японской культуре
- Тест на лояльность, энтузиазм- уборка, простая/ скучная работы
- Если критика со стороны начальства- принимать, обещать работать лучше

Интервью при приеме на работу

- Резюме
- <https://www.youtube.com/watch?v=8KKtCaShBTU>
- Лояльность, социализация, сотрудничество, характеристики человека
- Увлечения, семья, связи с Японией
- Достижения в университете и университет

ЯПОНСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ...

- "You had better attend the meeting" "Do you understand?" "Is that clear for you?" "WHY don't you call the distributor?" ...
- "Did you return the an-ke-t?" "questionnaire"
- "He took a baito to help with expenses." *Bai-to, short for a-ru-bai-to*
- "What is the *te-ma* of your presentation?" *Tei-ma "topic."*
- "She is very smart" *su-mah-to to mean "slim" or "thin"*
- "This is service" *Sah-bi-su is used to mean "free" or "complimentary"*
- "We must appeal our product's quality" *a-pee-ru to mean "emphasize" or "promote"*
- "They are concerned about *sekuhara*." *Se-ku-ha-ra - "sexual harrassment."*
- "How about your new *pasokon*?" *Pa-so-kon pah-so-na-ru kon-pyuutah- (personal computer)*
- "You must work harder"- "*Ganbatte kudasai*" -to encourage another person
- "Please take care of me" – "*Yoroshiku onegai shimasu,*" - *the wish for a good future relationship-* "Nice to meet you" or "Looking forward to working with you"

Видео

- Работа в японском офисе
- <https://www.youtube.com/watch?v=9Y-YJEtXHeo>

Что было сделано не верно... Как поступили бы Вы...?

Можно ли вернуть все назад?

Critical Incident: I Had Them Right Where I Wanted Them . . . I Thought

Stan was excited. It was his chance to show his CEO that he could be counted on for the important jobs. Stan was going to meet with an executive team that had flown in from Tokyo, Japan. This executive team represented a large computer company that could place enough orders to make up a quarter of Stan's company's current sales of microchips. Stan was supposed to close the deal to secure commitment from this company. When Stan entered the room where the Japanese executives waited, he didn't waste any time heading for his computer to start what he thought was his finest PowerPoint presentation ever. Before he began to speak, each executive handed Stan a business card held in both hands with a slight bow. Stan took out three of his own cards and handed them to one of the executives while keeping one hand on his computer. During the presentation, Stan was getting a good vibe from the executives as they continuously nodded their heads in agreement with what Stan was presenting about the quality and state of the art of the technology his company could offer them.

At the end of the presentation the executives asked Stan if he would like to join them for drinks, but Stan, who didn't have a high level of tolerance for alcohol, declined their offer. They bowed as Stan left, and he felt like he had just earned the respect of three international businessmen. Stan strutted through the office for the rest of the day, confident that he had just secured one of his company's largest orders. Later that day his boss called him in and asked him to sit down. Stan waited with anticipation and a slight curiosity as he noticed the vein on his boss's head throbbing. Stan's boss cleared his throat and surprised Stan with the next words that came out of his mouth. "Stan, I don't know what happened during your meeting with the Tokyo executive team, but all deals are off. They are flying back to Japan tonight and said that they would look for another supplier."

Значимость клиента

- У.Э. Деминг, определяя первый принцип обеспечения качества, говорил: *"Качество начинается с услаждения потребителя"*.
- ANA (All Nippon Airways), второй в мире по безопасности полетов
- Миссия- «Создание восхитительных воспоминаний вместе с нашими клиентами»
- Работник ANA ориентирован на создание атмосферы восхищения, потому что, испытывая именно это чувство, клиент будет постоянно пользоваться их услугами и порекомендует своим знакомым поступать так же.





- Существует целых 300 инструкций для персонала
- Почему очереди на аттракционы имеют извилистую форму?
- Почему даже в дождливую погоду вытираются стулья и столы, стоящие под открытым небом?
- Почему после того, как попадаешь на территорию парка, все окружающие строения становятся невидимыми?
- Почему каждый сектор территории окрашен в свой цвет?
- Почему персонал называют "актерами"?
- Почему очень много взрослых, несмотря на то, что это парк развлечений?

- Для повышения лояльности потребителей - это полная открытость производственного процесса для любого клиента



Исследование различных компаний Японии показывают... сокращение доли ухода клиентов на 5% ведет к повышению прибыли от 25% до 85%, в зависимости от специфики бизнеса

- **40% уходов клиентов происходят по причине плохого обслуживания.**

Что клиент может подразумевать под "плохим обслуживанием"?

- *Price (цена)* - скидки, дисконтные и клубные карты.
- *Purchases (покупки)* - поощрение при покупках: чем больше пользуешься продуктом, услугой, тем больше вознаграждение.
- *Points (баллы)* - балльная система: баллы можно на что-то обменять.
- *Partners (партнеры)* - совместные балльные системы с компаниями неконкурентами.
- *Prizes (подарки)* - покупая продукт или услугу, получаешь возможность получить подарок или поучаствовать в розыгрыше.
- *Pro-Bono* - общественно-полезная деятельность: покупая продукт или услугу, потребитель участвует в разного рода социальных программах.
- *Privileges (привилегии)* - преимущества постоянных клиентов могут быть выражены, например, возможностью разместиться в гостинице без предварительного бронирования.
- *Personalization (персонализация)* - индивидуализация обслуживания, к клиенту могут обращаться по имени или поздравлять с днем рождения и т.п.
- *Participation (участие)* - клиент участвует в процессе улучшения продукта (услуги), высказывая свое мнение, например, в групповых интервью или фокус-группе.
- *Presto (скорость)* - оперативность в решении проблем.

Продажи и клиенты

- Роль менеджера - отношения
- После продажи- отношения
- Личные визиты, поддержание контактов
- Если сложно сделать, то Старание!
- Знание продукта

