

Галина Енютина

**Специализированное юридическое бюро
по трудовому праву «Трудовой консалтинг»**
www.trud-consulting.ru

**Увод клиентов из Вашего бизнеса
наемными работниками. Секреты
противодействия.**

Москва, 2013

Содержание

Для кого эта брошюра	3
Два стиля управления и как они влияют на увод клиентов вашими сотрудниками	6
Как это бывает, или анатомия захвата ваших клиентов	9
Кто на самом деле виноват, и что делать	11
Работаем с мотивацией	13
Как это работает?	14
Почему то, что вы раньше делали, не работает	17
Как починить ваш бизнес	19
Каких результатов можно достичь	22
Результаты после трех этапов	24
Об авторе	25

Внимание: Настоящая брошюра предназначена только для наших клиентов! Все права защищены посредством депонирования рукописи брошюры в Российском Авторском Обществе (РАО). Это означает, что никакая часть брошюры не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного согласия правообладателей. Несанкционированное распространение брошюры в сети Интернет повлечет нотариальную фиксацию факта распространения и последствия в виде штрафных санкций, предусмотренные главой 4 Гражданского кодекса РФ и КОАП РФ.

© Галина Енютина

© ООО «Трудовой консалтинг»

Для кого эта брошюра

Когда вы только создавали бизнес, ваши мысли были заняты в первую очередь построением системы продаж, арендой, поиском сотрудников, закупками, переговорами и т.п. И вот наконец всё заработало!

Однако, отыскав и застолбив свое место под солнцем, вы не обрели покоя. Периодически приходится разгонять тучи, т.е. решать проблемы, которые сваливаются и оставляют неприятный осадок, гнев и раздражение.

Именно такой проблемой является **увод клиентов из вашего бизнеса**.

Тема увода клиентов является разновидностью воровства, которое до сих пор не искоренено во многих организациях.

Руководители про воровство знают, но по-прежнему с этим живут. Просто потому, что некогда этим заниматься, много сил уходит на текущие дела.

В лучшем случае борьба с ворами выглядит как тестовые испытания ракет — пролетело, обсудили, ускорили, и через некоторое время спрут снова зажил прежней жизнью.

Если вы так делаете и надеетесь получить рецепт более эффективной рекламной акции по порицанию сотрудников, укравших очередной проект или ключевых клиентов, - читать дальше не имеет смысла.

Мы стараемся не залечивать раны, а помогать внедрять эффективную управленческую систему, которая позволит решить проблему, т.е. выстроить систему обслуживания ваших клиентов таким образом, что о проблеме увода клиентов сотрудниками можно будет забыть.

Т.е. мы за профилактику, а не за лечение!

Эта брошюра, прежде всего, *для тех, кто хочет покончить с проблемой раз и навсегда*. С помощью правовых средств, которые нужно лишь грамотно применять.

Еще я не рекомендую продолжать читать дальше социально ответственным людям.

Нет, только не подумайте, что я против того, когда бизнес помогает бедным и несчастным, финансирует благотворительные проекты.

Дело в том, что когда вы заработаете деньги, то можете ими распоряжаться, как только захотите! Вот только управление персоналом и социальную ответственность необходимо разделять — котлеты отдельно, мухи отдельно!

Нет ничего более губительного для системы продаж и управления персоналом — как смешение процесса зарабатывания денег и заботы о сотрудниках.

Ваша забота о сотрудниках — это выплата заработной платы в оговоренном размере. *И всё.*

Если же ваша социальная ответственность мешает смотреть правде в глаза и вынуждает уживаться с жуликами, то помочь вам будет сложно.

Чем плоха идея излишней социальной ответственности по отношению к сотрудникам?

Многие руководители боятся узнать правду, поскольку помимо деловых отношений с персоналом выстраивают целую систему повышения лояльности, семейственности и дружелюбности. И даже если чувствуют, что некоторые сотрудники уводят конкурентов в свои параллельные компании, свой развивающийся бизнес или оказывают им услуги в качестве «халтуры» - боятся их увольнять, т.к. это непременно разрушит приятную рабочую атмосферу.

Особенно часто так рассуждают руководители, чей бизнес приносит неплохой доход, и им самим на жизнь хватает.

Владельцам бизнеса, склонным жить в такой логике, мы тоже вряд ли поможем. И вряд ли убедим их, что счастье может легко закончиться, а размах увода клиентов будет день ото дня расти, если ему не противостоять, а еще лучше - не предотвратить это раз и навсегда.

Убедить в этом могут только реальные убытки и успешные бизнесы на ваших клиентах.

Итак, если вас привлекает мысль о том, что эффективная защита и профилактика лучше лечения, то эта брошюра предназначена именно для вас.

Из нее Вы узнаете ключевые моменты **системной правовой защиты «Анти-увод клиентов»**, которая подразумевает принятие необходимых управленческих решений и их грамотное правовое оформление.

Применение системы «Анти-увод клиентов» позволит вам увеличить доход от бизнеса и открыть новые горизонты для его развития.

Два стиля управления и как они влияют на увод клиентов вашими сотрудниками

Наш опыт работы с клиентами показывает, что многие владельцы бизнеса придерживаются одного из двух полярных суждений.

Первое суждение заключается в том, что грамотная система управления персоналом может полностью нивелировать правовые риски.

Руководители организаций, склонные так думать, как правило, создают жесткую систему управления, и все конфликты решаются устным увольнением.

Люди, применяющие данный тип менеджмента, полагают, что локальные акты и трудовые договоры с сотрудниками вовсе не нужны.

Управленцы данного типа действительно реже имеют затяжные текущие трудовые конфликты, однако в случае их возникновения на карту поставлены существенные ресурсы. Именно в таких компаниях часто не уводят клиентов, а воруют базы данных, или за спиной начальника создают свой бизнес, куда порой в буквальном смысле слова вагонами направляются сырье и ресурсы. Здесь нет мелких краж и увода одного-двух клиентов — в таких организациях чаще возникает целый заговор, и воруют «редко да метко». После длительной подготовки у вас могут отобрать значительную часть бизнеса или нанести вред, который вам придется устранять месяцами.

Риски, связанные с подобным стилем управления, когда обязательства прописаны на салфетке, или держатся на «я тебе доверяю», возникают из-за того, что ничего нельзя доказать: ни то, что такой работник вообще в данной организации работал, ни то, что имел доступ к базе, ни следы его сотрудничества с клиентами. В результате с работника просто нечего взять!

И именно руководители, строящие бизнес подобным образом, часто сетуют на то, что трудовое право неэффективно и никто ни за что не отвечает. Работник всегда прав, а работодатель заведомо виноват.

Этот миф транслируется деловым партнерам и создается впечатление, что

работника ни при каких обстоятельствах нельзя удержать от увода клиентов или наказать за подобные действия.

Забегая вперед скажу сразу — можно и удержать, и наказать! А еще лучше — сделать так, чтобы он перестал думать, что те клиенты, с которыми он работает за зарплату, — его!

Но сделать это можно лишь в случае, если имеются правовые основания, т.е. документы заранее были оформлены и договоренности грамотно зафиксированы на бумаге.

Второе полярное суждение, которого придерживаются управленцы, заключается в том, что самое главное, чтобы все локальные акты организации были в порядке.

Открыв фирму, они в первую очередь начинают поручать работникам вести кадровый учет, оформить правила внутреннего трудового распорядка, трудовые договоры, положение о коммерческой тайне.

В результате с их сотрудниками всё подписано, однако эти документы в лучшем случае могут защитить от штрафов ГИТ, но для вас они не работают.

Скачанные из Интернета локальные акты не отражают реальных бизнес-процессов, а расчет на то, что сотрудник сам будет соблюдать все предусмотренные ТК РФ права и обязанности, в конечном счете не оправдывается.

Да, при оформленном трудовом договоре и правилах внутреннего трудового распорядка работника действительно легче уволить и избежать правовых рисков в виде восстановления на работе по суду.

Однако фишка заключается в том, чтобы не уволить работника, а найти и заставить работать, т.е. приносить ожидаемый полезный результат для бизнеса. И эту функцию типовые локальные акты не выполняют.

Решение задачи — **совмещение этих двух моделей** — т.е. настройка правильного бизнес-процесса и разработка «под него» локальных актов. Тогда все прописанные процедуры будут работать и вы удивитесь: сотрудники начнут читать трудовые договоры и локальные акты и ... даже делать то, что в них написано и не делать того, что запрещено.

Такой подход и еще несколько ценных идей, проверенных на практике, позволит вам свести на нет недобросовестность ваших работников и защитить ваш бизнес от увода ими клиентов.

Как это бывает, или анатомия захвата Ваших клиентов

Если вы владелец салона красоты или парикмахерской, то вы прекрасно знаете, что еще до трудоустройства к вам мастера уже заготовили свои визитки и будут раздавать свои телефоны привлекаемым за ваш счет клиентам, даже несмотря на развешенные в салоне и пункте приема видеокамеры.

То же самое знают владельцы ремонтных сервисов, стоматологических клиник, ветлечебниц и т.д.

Однако при этом они по-прежнему по инерции продолжают работать в прежнем режиме, ничего не меняя в системе продаж и управления персоналом!

Аналогичным образом обстоят дела в консалтинговом, страховом, IT и практически любых других видах бизнеса, где клиентов уводят в открытую, зачастую оптом.

Получается, что работа вашего сотрудника сводится к тому, чтобы продержаться у вас период, необходимый для увода определенного числа клиентов.

Особо хочу обратить внимание на сложные виды консалтинговых услуг, например оценочный бизнес, риэлторские и прочие услуги. Там ситуация еще более запущена — сотрудник или группа сотрудников порой уворовывают не просто клиента, а целые проекты, реализуя их в разы дешевле за вашей спиной вашим же клиентам. При этом такие люди продолжают работать в вашей компании и это в полной мере соответствует их интересам: пиарить себя под шапкой хорошего бренда. Это ведь тоже часть их бизнес-плана, который осуществляется за ваши деньги!

Интересным образом обстоят дела в продажах. Там весьма распространены случаи, когда сотрудник использует ваших клиентов для продажи им товаров конкурентов. Вы уверены, что ваш сотрудник продает клиентам именно вашу продукцию, даже стоя за вашим прилавком? Хотите проверить — проведите неожиданную инвентаризацию магазина и я не удивлюсь, если вы обнаружите там «посторонний» товар, аналогичный вашему. Стоит ли удивляться, что

продажи вашей продукции почему-то не растут. И на это обязательно найдется объяснение — экономический кризис, недостаточное качество, высокая цена и т.п.

Но парадокс в другом — вы и так это знаете или догадываетесь... Но продолжаете оплачивать своим сотрудникам тренинги и дорогостоящие курсы, оплачивать получение ими престижных сертификатов, которые они вручат конкурентам вместе с вашими клиентами впридачу... Так в чем же дело?

Кто на самом деле виноват и что делать

Недавно в социальной сети ВКонтакте я прочитала очень интересное выражение, которое невероятным образом подходит к теме брошюры, которую вы читаете сейчас. Звучит оно примерно так: «Если бы вам предоставилась возможность выпороть того, кто виноват в ваших бедах, то скорее всего, несколько дней не могли бы сидеть вы сами!»

Почему же Вы позволяете уводить Ваших клиентов?

Большинство руководителей находятся в вечном цейтноте, и главный вопрос «А зачем мне мой бизнес?» после того, как бизнес заработал, уже не обсуждается.

В результате на практике выходит, что вы круглосуточно работаете только для того, чтобы создать вашим сотрудникам **их бизнес с вашими клиентами!**

Вы для этого появились на свет и в этом ваша миссия?

Тогда ваше место в церковном приходе, а не в бизнесе.

Потому что с таким настроем у вас, скорее всего, ничего не изменится.

Если вам некогда взглянуть правде в глаза и вы хотите продолжать работать на своих работников (!), либо вы боитесь ужаснуться от того, как ловко выстроена система захвата привлеченных на ваши деньги клиентов и перенаправление их за процент в другие бизнесы, то лучше пока оставить все, как есть.

Вот основные причины увода клиентов сотрудниками:

- руководитель расслабился и перестал управлять бизнесом, вкладываться в его развитие, интересоваться показателями роста продаж и прибыли;
- руководитель чрезмерно заботится о сотрудниках, и те понимают, что их очень боятся потерять;

- руководитель активно вкладывается в выращивание «звезд», победителей конкурсов и т.п., не задумываясь, как далее он будет мотивировать этих людей продолжать приносить ему прибыль;
- руководство согласно недополучать прибыль, лишь бы не конфликтовать с сотрудниками, совладельцами и т.п.;
- руководство боится узнать правду и уволить человека, которого в вашем офисе держат только допродажи своих услуг вашим клиентам либо их увод за процент в свой бизнес или в конкурирующую компанию.

Я честно предупреждаю, что после реализации проекта «Анти-увод клиентов» часть сотрудников напишут заявление сами, а с некоторыми придется объясняться.

Вам придется какое-то время впахивать — быстро искать новых людей и перенастраивать систему управления ими.

Дело в том, что просто увольнять виноватых и набирать новых нет абсолютно никакого смысла. Потому что следующие ваши сотрудники будут точно такими же! И вопрос об уводе ваших клиентов без изменения системы управления персоналом и продажами — вопрос времени!

Именно поэтому мы готовы вам помогать, но только после того, как вы примете твердое решение перестать отдавать своих клиентов сотрудникам и конкурентам. Полумерами здесь не обойтись!

Да, на первых порах будет неприятно, но управление — не всегда процесс ласковый и нежный, ввиду чего вам некоторое время придется жить в режиме отложенного удовольствия, которое наступит после того, как проект будет завершен. Но результаты вам понравятся, я в этом уверена!

Работаем с мотивацией

Итак, вы уже разобрались с собственной мотивацией и решили: «Делаем».

Теперь надо понять, что делать с мотивацией ваших будущих сотрудников, которым помимо зарплаты нужны ваши клиенты. И вы сами нужны ровно до тех пор, пока этих клиентов не накопится столько, чтобы можно было вести безбедную жизнь.

Выше я уже затронула тему неэффективных средств, а именно попытки физического контроля с помощью видеокамер и словесных увещеваний, пребывании руководителя в точках продаж либо жесткий персональный контроль проектов в режиме «7 x 24».

В такой ситуации ваш бизнес просто не может развиваться, поскольку у ваших сотрудников сохраняется мотивация украсть, и они прекрасно понимают, что могут это сделать совершенно безнаказанно.

Если с подобной мотивацией не работать — клиент, желающий получить мастера за более низкую цену или купить более дешевый продукт конкурента, или подстричься на дому по более низкому тарифу, и ваш сотрудник обязательно найдут друг друга. Не сомневайтесь!

И если вы будете оправдывать свое бездействие тем, что человек после смены может продолжать работать с вашими клиентами и сделать с этим ничего нельзя, ситуация и вправду не изменится!

Именно поэтому словесные запугивания надо переформатировать в письменные документы с донесением до сотрудников (возможно, вновь нанятых) о том, что теперь увод клиентов сулит судами и финансовыми проблемами.

Как это работает?

Многие предприниматели считают, что штрафовать сотрудников нельзя. С одной стороны, это действительно так. Однако дьявол кроется в мелочах.

Трудовое законодательство не запрещает работодателям устанавливать в трудовом договоре *доплату за «неконкуренцию»*, т.е. за то, что ваши сотрудники как в период работы, так и в какое-то время после увольнения отказываются от оказания услуг вашим клиентам под угрозой возврата доплаты. Важно лишь одно: чтобы соответствующие положения были прописаны грамотно и не вызывали неоднозначных толкований.

Аналогичное соглашение можно заключать с агентами по гражданскому законодательству, если ваш сотрудник не является работником с точки зрения Трудового Кодекса РФ, а вы лишь отдаете ему процент от каждого выполненного заказа.

Практика показывает, что даже за полгода работы размер «доплаты», которую работник при нарушении соглашения должен вернуть, составляет существенную сумму, расставаться с которой работник не желает.

Чтобы эта система заработала, *нужно обязательно «увязать» соглашение с локальными актами компании*, а также выстроить систему фиксации контактов сотрудника с клиентами, начиная с момента совершения «холодных звонков», если такая маркетинговая политика используется, до «живых» контактов в офисе.

Ваша пунктуальность и четко регламентированный порядок взаимодействия с клиентами, *а также фиксация факта поручения работы для такого-то клиента определенному сотруднику* - дисциплинируют гораздо лучше любой видеокамеры.

Весьма существенным моментом является *порядок коммуникаций сотрудника с клиентами*. В противном случае дело может обернуться безнаказанностью,

Вам удастся зафиксировать нарушение, но не удастся наказать провинившегося. Приведу простой пример.

Ваши камеры зафиксировали передачу парикмахером своего мобильного телефона клиенту. Факт установлен, написаны объяснительные, однако ваши локальные акты не запрещают такое поведение. В результате вы сами себя лишили возможности наказать сотрудника и преподнести хороший урок остальным. В случае же, если такие локальные акты своевременно приняты и сотрудники с ними ознакомлены, ситуация прямо противоположная. Вы имеете все основания не только взыскать с сотрудника средства, выплаченные в качестве доплаты за неконкуренцию, но и предположим, лишить премии, и объявить выговор или уволить (по вашему усмотрению).

Практика показывает, что после подробной регламентации всех процедур общения с клиентами — примерно у 70% сотрудников просто отпадает охота уводить клиентов.

Те же, кто иначе работать не готов, — уволятся сами. Таким образом, после первого же этапа реализации проекта вы сможете оценить размах увода — по количеству поданных заявлений об увольнении.

Чтобы грамотно составить пакет локальных актов, мотивирующих сотрудников забыть про ваших клиентов под угрозой снижения заработной платы и необходимости возврата вам существенной суммы денег — необходимо тщательно изучить бизнес-процессы, найти слабые звенья и больные места, позволяющие уводить клиентов или проекты, и детально урегулировать все скользкие вопросы в локальных актах.

Не стоит также забывать *про обучение*. Многие предприниматели, желающие видеть на стенах сертификаты о прохождении сотрудниками престижных курсов, направляют их туда, не заключая никакого договора. А ведь ситуация с обучением аналогичная: вы вправе в случае нарушения сотрудником

локальных актов и увольнения по статье вернуть потраченные деньги. Важно лишь, чтобы эти локальные акты о запрете оказания услуг клиентам были написаны заблаговременно и сотрудники были ознакомлены с ними под роспись до совершения нарушения.

Почему то, что вы делали ранее, не решает проблемы

Многие руководители искренне думают, что они ведут активную борьбу с уводом клиентов.

К числу принимаемых ими мер относятся: прослушивание разговоров, установка в офисе видеокамер, показательные увольнения.

Иными словами, активность и трудозатраты с вашей стороны налицо, а эффекта практически нет.

В чем же причина?

Давайте подумаем — сколько времени Вам нужно на то, чтобы просматривать записи с видеокамеры? Если вы думаете, что этим эффективно занимается служба безопасности, то ответчу: «они тоже люди». Человек не может 12 часов в сутки сосредоточенно просматривать видеозапись. Кроме того, опыт показывает, что видеокамеры охватывают далеко не все пространство офиса, салона красоты, врачебного кабинета. Ваши сотрудники знают, куда смотрят камеры и взглядом дадут клиенту понять, что надо отойти в сторонку.

Многие владельцы бизнеса пробуют более хитрые технологии. Например, мастера по ремонту бытовой техники вручают свою визитку и говорят, что «напрямую» его услуги обойдутся клиенту гораздо дешевле (на 50%, которые он отдает мастерской). При этом он выполняет и свои трудовые обязанности: просит заполнить анкету и отчитаться о проделанной им работе третьей фирме, призванной его контролировать.

Спустя пару дней клиенту действительно звонят. Не сомневайтесь: мастер, как правило, получает лестные отзывы, но вот вопрос: к кому в следующий раз обратится этот клиент? Ну зачем же ему переплачивать по двойному тарифу?!

Причина неэффективности подобных «акций» - их расфокусированность.

Допустим, Вы выявили такого мастера и хотите устроить показательное

увольнение. Однако могу поспорить, ваши документы не в порядке и вменить в вину недобросовестному сотруднику совершенно нечего.

Вы спохватились слишком поздно, не продумав ситуацию заранее!

Безусловно, вы торопились, нанимали новых людей, платили за новых клиентов, но процесс противодействия уводу клиентов вновь нанимаемыми сотрудниками не отстроили.

Не удивляйтесь поэтому, что постоянных клиентов у вас почти нет! Не странно ли за несколько лет работы?

Как починить ваш бизнес

Если большое количество клиентов уводится сотрудниками, то у Вас по сути две проблемы: 1) текучка кадров и 2) увод клиентов.

Решая первую проблему, которая висит постоянно, у Вас уже не остается сил заниматься второй.

Эта ситуация исправима, если не только блокировать мотивацию сотрудников на увод клиентов, но и грамотно отстроить систему продаж.

Как это делается и почему эти две вещи обязательно надо делать **одновременно?**

Итак, вы избавили сотрудников от соблазна уводить клиентов посредством установления жестких мер ответственности.

Это неприятно, поэтому помимо кнута должен быть пряник.

Но где взять этот пряник в виде поощрений для честных сотрудников, мотивированных на увеличение продаж в интересах вашей фирмы?

Их можно добиться, *приведя в порядок систему продаж.*

Дополнительной мотивацией для сотрудника не уводить клиентов будет уверенность, что **данный факт обязательно будет обнаружен.**

И не видеокамерой, а своим же коллегой из другого отдела, который после того, как услуга оказана, будет продолжать работать с этим клиентом.

Это простое средство практически никем не используется.

Поручите отдельному сотруднику (или отделу) продолжать общение с вашими клиентами и получите дополнительный рычаг противодействия уводу сотрудников.

Создавайте дополнительные бонусы для тех, кто неоднократно воспользовался услугами компании.

Расскажу один интересный случай.

Руководитель одной компании сетовал на то, что хочет внедрить систему безопасности и отслеживать, в том числе, оказание услуг клиентам компании сотрудниками. Для этой цели он обратился в специализированное агентство для заказа услуги «Тайный покупатель».

Трехмесячный мониторинг обнаружил, что 58% мастеров передавали клиенту свои визитки, которые после реализации проекта компания передала руководству.

Часть сотрудников была уволена. В результате случился рост продаж, после чего руководство о проблеме забыло.

Спустя полгода, когда собственно и состоялся разговор, проблемы начались снова.

При этом все мастера продолжали работать, обслуживая только новых клиентов от имени компании, а затем переводили их в своих.

Позволить себе повторный мониторинг компания не могла.

Мы предложили более простой и дешевый вариант.

Мастерская поручила своему диспетчеру обзвонить клиентов и предложить бонусную карту с начислением бонусов за каждое обслуживание их мастерами — как от имени компании, так и в частном порядке. По итогам акции показатель выявления увода клиентов составил 42%.

Да, погрешность в 16% имела место, но цифры были достаточно убедительными, чтобы понять и осознать — изменения в управлении системой нужны.

Следовательно, опыт показывает, что вести борьбу и делать достаточно качественный мониторинг можно самостоятельно, если бюджет не позволяет заказывать точные цифры.

Иными словами, **фишка в том, чтобы работать по всем направлениям одновременно:**

- уволить жуликов;
- лишить сотрудников соблазна уводить клиентов и грамотно прописать с ними материальную ответственность, т.е. привести в порядок юридическое оформление данного требования к сотрудникам. Они должны четко понимать, что уводить клиентов не просто нехорошо, но за это наступит материальная ответственность;
- настроить систему роста продаж таким образом, чтобы увод клиентов был невозможен.

Эффект системного решения заключается в том, что сделав только один из этих шагов, или какой-то этап сделав плохо, вы можете не получить желаемый результат.

И напротив — сделав все шаги грамотно и качественно — вы непременно получите *синергетический эффект*, т.е. каждая составляющая будет усиливать другую. Например, многоуровневая система контроля будет служить дополнительной защитой от покушений на ваших клиентов со стороны сотрудников. Наказание по закону также снизит мотивацию и многие сотрудники решат воздержаться от охоты за вашими клиентами. Но самое главное: ваш бизнес пойдет вверх и у вас появятся деньги на дополнительную финансовую мотивацию честных и компетентных сотрудников! Которым сейчас вы говорите: «Подожди, брат, до лучших времен... Вот раскрутимся...».

Каких результатов можно достичь

Мы предлагаем трехступенчатую систему реализации проекта защиты вашего бизнеса «Анти-увод».

На первом этапе мы вместе с вами анализируем больные точки и разрабатываем системы необходимых защитных мер применительно к вашему бизнесу.

Нам важно понимать, что и как воруют (клиентов, проекты, базы и т.п.), какие слабые места в управлении этому способствуют и какие есть ограничения по их устранению или наоборот, преимущества чтобы сделать это достаточно легко.

Далее — *на втором этапе*- работаем с персоналом, т.к. настраивать по-новому продажи, имея штат жуликов, просто не имеет смысла.

Сами по себе локальные акты, регламентирующие работу персонала и устанавливающие ответственность (вплоть до уголовной!) за увод клиентов — закрывают 50-60% случаев, т.е. 50-60% уводимых клиентов удастся сохранить.

Финальная часть состоит в настройке системы продаж с целью контроля за процессом сохранения клиентов и увеличении продаж.

Реализация всех трех этапов, т.е. системное решение проблемы, закрывает 80-90% увода клиентов.

Да, 10% случаев будет иметь место, однако такие факты вам будет гораздо легче выявлять, и ваш бизнес уже не будет кузницей клиентов для лиц, пришедших к вам работать только за этим.

Увод клиента может иметь место эпизодически и будет ЧП, а не обычной практикой.

Под каждый этап мы разрабатываем пакет документов и локальных актов,

Специализированное юридическое
бюро по трудовому праву
ООО «Трудовой консалтинг»

**Увод клиентов из Вашего бизнеса наемными
работниками.**
Секреты противодействия

которые реально работают, а не лежат на полке на случай прихода ГИТ, либо
«для порядка».

Результаты после трех этапов (от месяца до полугода):

- увеличиваются продажи, т.к. наши инструменты неизбежно их увеличивают
- вы понимаете, что теперь у вас адекватная команда и рады избавлению от воров
- начинаете наконец-то работать на себя, а не на своих сотрудников
- вам всё понятно, и людям понятны условия, на которых они работают
- вы отдохнете от текучки кадров
- сможете инвестировать свободное время и хорошее настроение в развитие бизнеса, а не в раздувание ситуаций и проблем, неэффективный контроль
- у вас есть правовые гарантии привлечения работников к ответственности за увод клиентов, их опыт не захотят повторить коллеги
- ответственность работников урегулирована локальными актами
- те, кто пришел к вам за клиентами, больше у Вас не работают

Что дальше?

Если вы прочитали этот текст, то наверняка задумались о том, сколько недополучает ваш бизнес и сколько часов своей жизни вы подарили кому-то в виде клиентов.

Вряд ли стоит продолжать работать в прежнем стиле.

Проект защиты бизнеса «Анти-увод клиентов» - один из наших любимых, т.к. результат виден достаточно быстро.

Но, повторяюсь, он невозможен без волевых усилий со стороны владельцев бизнеса и руководства.

Лучше всего начинать изменения сейчас, т.е. прямо сегодня, а не когда очередной ключевой клиент будет уведен.

Чтобы заказать услугу «Анти-увод», звоните: тел. +7 (499) 390-35-56,

или пишите: tk@trud-consulting.ru

Мы свяжемся с вами для уточнения деталей.

С уважением,

Галина Енютина, управляющий партнер

Специализированное юридическое бюро

по трудовому праву «Трудовой консалтинг»

www.trud-consulting.ru

Об авторе

Галина Енютина, управляющий партнер

Практикующий юрист более чем с 15-летним стажем в области трудового права, руководитель практики досудебного урегулирования трудовых споров и Центра правовой поддержки директоров.

Защищает интересы российских и иностранных компаний в судах, помогает быстро урегулировать трудовые споры и внедрять проекты по эффективному управлению персоналом (увольнения, переводы, изменение оплаты труда, комплаенс, защита от увода клиентов, хищений и откатов, «grievance procedure», переговоры с профессиональным союзом и др.)

Автор и ведущий семинаров по применению трудового и процессуального законодательства.

Автор и эксперт изданий «Трудовые споры», «Российская газета», «Кадровик.ру», hh.ru, «Ведомости», «Деньги», «Кадровое дело», «Работа.ру», а также популярных печатных СМИ.

Специализированное юридическое
бюро по трудовому праву
ООО «Трудовой консалтинг»

**Увод клиентов из Вашего бизнеса наемными
работниками.**
Секреты противодействия

Для заметок