

Мы в ответе за тех, кого обслужили, или Клиентский симбиоз



Текст
ЯНА ШИШКИНА,
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР «Б.О»

*Tout le monde veut avoir un ami.
Personne ne s'occupe d'en être un.*

*(Каждый хочет иметь друга,
но не каждый хочет им быть.)*

*Альфонс Жан Карр (1808–1890),
французский писатель, публицист*

Немецкий социолог и философ **Эрих Фромм** (1900–1980) еще в прошлом веке писал о том, что мы все чаще хотим «иметь», «Хотеть ребенка» — вместо «хотеть быть матерью», «хотеть иметь мужа» — вместо «хотеть быть женой» и т.п. За этими тонкостями языка стоит отношение человека к жизни, его девиз: «Или я — для кого-то, или кто-то — для

меня». Современный человек чаще выбирает второй путь, хотя в этом желании иметь все больше и больше идет путем одиночества. Я уже писала, что сейчас мы проживаем период безудержного потребления во всем, в том числе и в финансовых сервисах, которые еще 15 лет назад были доступны только прайвет-клиентам, а сейчас стали потребностью обычных людей. И эта гонка не останавливается.

Сегодня любой клиент не только обслуживается в банке, но и участвует в его жизни и развитии — оценивает консультации, отвечает на вопросы о качестве сервисов, оставляет отзывы и, конечно, предъявляет претензии. С 1 июля вступил в силу закон, который изменил порядок рассмотрения обращений потребителей финансовых услуг. Теперь при поступлении жалоб в Банк России регулятор направит их в те финансовые организации (в банки, МФО, страховые или другие финансовые компании), на которые пожаловались граждане. О том, как банки работают с недовольными клиентами по новому порядку рассмотрения обращений, можно прочитать в статье **Юлии Поляковой** «Дайте жалобную книгу».

«Совокупное количество жалоб клиентов к финансовым организациям не знает никто», — подчеркнул в беседе с «Б.О» финансовый уполномоченный **Виктор Климов**.

Накапливая данные о клиентах и анализируя их, банки прикладывают все больше усилий, чтобы последним нравилось обслуживание. То есть стараются, чтобы клиенты удовлетворяли все больше «хотелок», причем не только своих, но и предложенных и даже навязанных. Кажется, что это «дружба в один конец», но ведь сами клиенты своим пользовательским поведением помогают банкам как их «друзья», подсказывая, что поменять и улучшить. В этом смысле такое взаимодействие можно назвать неосознанным партнерством или даже биологическим термином «симбиоз», в котором, правда, одна из сторон почти всегда пассивна. Ну, пусть так. Если дружба для современного человека превращается в архаику, то он все больше становится симбионтом, организмом, который в течение отрезка времени существования или всей жизни находится в полезных взаимоотношениях с представителями других видов.

Б.О