
05-09 ИЮЛЯ 2021 ПСКОВ

Карельский Берег - 2021 XII Туристический Слёт Кредитных союзов

Юрий Гамеров

Сессия 4.

Круглый стол:

- Программы лояльности, социальная работа
- Ресурсы кооператива для развития



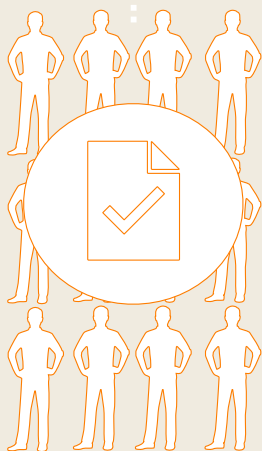
К. ГОРБАТОВ. На реке Великой . Псков. 1910

Насколько важна лояльность

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ, ИЛИ КАЧЕСТВО ВПЕЧАТЛЕНИЯ СЕГОДНЯ –
МОЖЕТ БЫТЬ КЛЮЧОМ, КОТОРЫЙ ПОЗВОЛИТ ПОЛУЧИТЬ ПРЕИМУЩЕСТВО И
ДОБИТЬСЯ ДОЛГОСРОЧНОЙ ПРЕДАННОСТИ ПАЙЩИКА**

56 %

тратят на бренды,
которым лояльны, даже
если есть более
дешевые варианты*



81 %

принимают решения,
основанные на уровне
доверия к бренду**



Источники:
* Yotpo, 2020
** Annex Cloud, 2020

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ, ИЛИ КАЧЕСТВО ВПЕЧАТЛЕНИЯ СЕГОДНЯ – СТАТИСТИКА ОТТОКА

приобретение новых
пайщиков - в 5 раз
дороже, чем сохранение
существующих*



57 %
перестанут
покровительствовать
бренду, если не
получат ответа на
отрицательный
отзыв*

33 %
потребителей
отказываются от
бренда, если ему не
хватает
персонализации **

Источники:
* Fundera, 2019
** Annex Cloud, 2020

Что делает членов кооператива лояльными

Роль технологий в создании лояльности

Основные факторы, влияющие на решение*



% = доля потребителей, которые оценивают указанный фактор как важный при принятии решения

* Источник: KPMG International, июнь 2020

Цена (% ставка) и получаемая выгода от продукта или услуги теперь, по сути, приравниваются к лояльности потребителей.

Повысились ожидания клиентов от использования цифровых технологий.

Простота доступа (личная безопасность) является приоритетом для потребителей наряду с улучшенной функциональностью на веб-сайтах, в приложениях и упреждающая коммуникация

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ ИЛИ КАЧЕСТВО ВПЕЧАТЛЕНИЯ СЕГОДНЯ –
МОЖЕТ БЫТЬ КЛЮЧОМ, КОТОРЫЙ ПОЗВОЛИТ ПОЛУЧИТЬ ПРЕИМУЩЕСТВО И
ДОБИТЬСЯ ДОЛГОСРОЧНОЙ ПРЕДАННОСТИ ПАЙЩИКА**



**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ, ИЛИ КАЧЕСТВО ВПЕЧАТЛЕНИЯ
СОСТОИТ ИЗ ШЕСТИ СОСТАВЛЯЮЩИХ***

* Модель KPMG

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА ШЕСТИ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАЧЕСТВА ВПЕЧАТЛЕНИЯ*

<p>СКОРОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ</p> <p>Устранение препятствий и бюрократии способствует повышению лояльности</p>	 <ul style="list-style-type: none">• предоставить максимально простые инструкции• минимизировать время ожидания• ответы в сжатые сроки	 <p>Быть надёжным и внушать доверие</p>	<p>ДОБРОСОВЕСТНОСТЬ</p> <ul style="list-style-type: none">• поступать справедливо по отношению к конкретному пайщику• поступать справедливо в целом по отношению к пайщикам• иметь положительные рекомендации от друзей и членов семьи пайщика• показать важность социальных дивидендов, а не финансовых результатов
---	---	---	--

* Модель KPMG

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА ШЕСТИ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАЧЕСТВА ВПЕЧАТЛЕНИЯ*

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ	Реализация мер, направленных на минимизацию негативного опыта пайщика при возникновении проблем	СООТВЕТВИЕ ОЖИДАНИЯМ 	
 <ul style="list-style-type: none">• ответственность за решение и оперативно исправить ошибку• сделать немного больше, чем требуется	<ul style="list-style-type: none">• предоставить альтернативу, пока не решится проблема• держать в курсе разрешения проблемы	<ul style="list-style-type: none">• установить чёткие ожидания и исполнять обещания• говорить простым языком, не используя профессиональный жаргон• информировать о статусе рассмотрения запроса	Коммуникации с опережением ожиданий - теперь будут стандартными

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА ШЕСТИ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАЧЕСТВА ВПЕЧАТЛЕНИЯ*

 <p>ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД</p>	<ul style="list-style-type: none">• знать своего пайщика благодаря прошлой истории взаимодействия• проявлять интерес• дать пайщику почувствовать контроль над ситуацией	<p>Способность понять ситуацию пайщика и помочь ему в решении ЕГО вопроса</p>	<ul style="list-style-type: none">• дать пайщику адекватный эмоциональный отклик• поделиться аналогичным опытом
<p>Особое внимание к личным обстоятельствам - теперь является ожидаемой нормой</p>		 <p>СОПЕРЕЖИВАНИЕ</p>	<ul style="list-style-type: none">• показать пайщику, что безопасность и благополучие является главной заботой кооператива

Влияет ли COVID-19 на лояльность

Новый потребитель: финансово сдержанный и избирательный

Появляется новый потребитель - финансово ограниченный, более продвинутый в использовании цифровых технологий, более вдумчивый и избирательный в принятии решений и стремящийся прервать «бесконечное настоящее», связанное с COVID-19, и начать контролировать хоть что-то.

Три области, которые необходимо учитывать при принятии решений и планах организаций*

1

В среднем 40 % респондентов испытывают финансовые затруднения и поэтому сокращают свои расходы и откладывают несущественные покупки

2

Новый потребитель хорошо разбирается в цифровых технологиях и понимает, с какой легкостью он может взаимодействовать с организациями через цифровые каналы

3

Исторически сложилось так, что доверие определялось тем, выполняли ли организации обещания, связанные с брендом.

Теперь доверие многограннее и имеет множество нюансов:

- вера в то, что на первом месте - потребности потребителя
- вера в то, что потребитель будет в безопасности
- вера в то, что их данные будут в безопасности и защищены

* Источник: KPMG International, июнь 2020

ПРИМЕРЫ ИЗ ПРАКТИКИ

1

АКЦЕНТ НА ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ПАЙЩИКОМ

Предоставление позитивного и положительного опыта членства в кооперативе. Привлечение из числа пайщиков и/или внешних экспертов для распространения «мягких навыков», стиля жизни, проводя семинары, тренинги

2

ИНФЛЮЕНСЕРЫ

Довольные пайщики делятся положительными отзывами с другими и обеспечивают привлечение других пайщиков

3

ЭКОСИСТЕМА ИЗ ОНЛАЙН- И ОФЛАЙН-КАНАЛОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Развитие функционала сайта, включая онлайн-чат и поддержка в режиме реального времени. Компетентный персонал (неравнодушный, профессиональные тренинги продаж, знание продуктов)

4

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОФИЛЕЙ, ИНТЕРЕСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ ПАЙЩИКОВ

На базе полученной информации (опросы) разработка персональных предложений

ПРИМЕРЫ ИЗ ПРАКТИКИ

5

НЕФИНАНСОВЫЕ СКИДКИ

Предоставление скидок, снижающих размер суммы платежей

6

ПОощРЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Поощрение при подтверждении использования пайщиком в личной жизни финансовых инструментов (ведение книги расходов-доходов, например)

7

ПРИЗНАНИЕ ЦЕННОСТИ ПАЙЩИКА

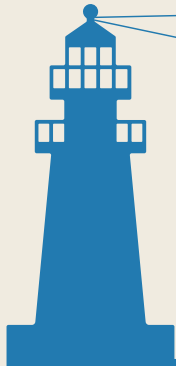
Ощущение сопричастности при оказании помощи нуждающимся. Признание вклада конкретного пайщика в основной деятельности кооператива - взаимопомощь

8

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

Скидки основаны на текущем уровне лояльности пайщика и степени вовлечённости в кооператив: как долго является членом кооператива, используемых программ в кооперативе

Лидерство - дело каждого



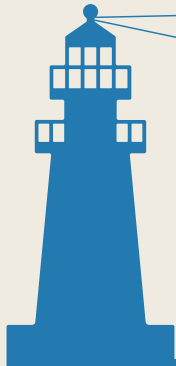
ЛИДЕРСТВО - ЭТО ИСКУССТВО
ЯРКО ПРОЯВЛЯЕТСЯ, КОГДА СИТУАЦИЯ ТРЕБУЕТ ОТ ВАС:

- ПОДАВАТЬ ПРИМЕР ДРУГИМ,
- ПРЕДСТАВЛЯТЬ ВООДУШЕВЛЯЮЩЕЕ БУДУЩЕЕ,
- ПРОЯВЛЯТЬ ИНИЦИАТИВУ, НЕСМОТЯ НА РИСК,
- СТРОИТЬ КОМАНДНУЮ РАБОТУ И ПООЩРЯТЬ ДРУГИХ

Каково число людей, которые
могут быть лидерами?

99,999 %

Фактически 99,999 % людей демонстрируют
способность к лидерству



**ЛИДЕРСТВО - ЭТО
НАБОР НАВЫКОВ И СПОСОБНОСТЕЙ,
ДОСТУПНЫХ КАЖДОМУ**

Пять практик образцового лидерства*



ПОКАЗЫВАТЬ ПУТЬ	СОЗДАВАТЬ ОБЩЕЕ ВИДЕНИЕ	БРОСАТЬ ВЫЗОВ ПРОЦЕССУ	ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ДРУГИМ ПРАВО ДЕЙСТВОВАТЬ	ВООДУШЕВЛЯТЬ СЕРДЦА
<ul style="list-style-type: none">• Служить примером• Делать то, что говоришь• Быть ролевой моделью	<ul style="list-style-type: none">• Формирование видения сообщества• Значимый и привлекательный образ будущего	<ul style="list-style-type: none">• Лидеры бросают вызов статусу-кво• Готовность к риску	<ul style="list-style-type: none">• Наделение властью сотрудников (делегирование)• Стимулировать сотрудников к росту и развитию	<ul style="list-style-type: none">• Гордость и энтузиазм сотрудников - ресурс организации• Все хотят знать, что их умения и таланты ценят в организации (система вознаграждений)

* Кузес и Познер (2002)

Стоит ли инвестировать в развитие
ЛИДЕРСТВА?

Краткий ответ:

ДА!

Развитие лидерства обеспечивает:



ФИНАНСЫ
ФИНАНСОВЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ



ТАЛАНТЫ
ПРИВЛЕЧЕНИЕ И
УДЕРЖАНИЕ



ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



КОМАНДА
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ
ПЕРСОНАЛА



Финансовые результаты



Компании, которые преуспели в развитии лидерских качеств, демонстрируют значительно более высокий рост доходов и рентабельности

Привлечение и удержание талантов



Развитие лидерских качеств для внутреннего персонала более эффективно, чем наём внешнего персонала

Организационная деятельность



Столкнувшись с изменениями в деловой среде, большинство компаний с развитым стратегическим лидерством быстрее реагируют на изменения

Производительность персонала



Лучшие лидеры привлекают более
талантливых, энергичных, приверженных и
мотивированных сотрудников

ПЯТЬ МИФОВ,
которые мешают людям реализовать свой
лидерский потенциал

№ 1

МИФ О ТАЛАНТЕ

Научиться
лидерству нельзя.
Лидерами
рождаются.
Таких талантливых
людей, можно
найти, если
поискать.

ПРАВДА О ТАЛАНТЕ:

Лидерство - это не талант,
который у вас есть или нет.
Это наблюдаемый и доступный
для изучения набор навыков и
способностей

№ 2

МИФ О ВЕРШИНЕ

Если вы
находитесь «в
верхах», то
автоматически
становитесь
лидером

ПРАВДА О ВЕРШИНЕ:

Лидерство - это ваши действия, а не занимаемая вами позиция. Речь идёт о ценностях, которыми вы руководствуетесь при принятии решений, о видении, которое вы имеете для себя и других, о ваших целях, и о людях, которых вы привлекаете

№ 3

МИФ О СИЛЕ

Надо браться только за те задачи, в которых вы сильны. В тех областях, где нет природных талантов, вы или организация должна поручать эти задачи другим людям

ПРАВДА О СИЛЕ:

Лидерство не означает, что нужно делать только то, что вы уже умеете. Невозможно сделать что-то новое не делая ошибок и не извлекая уроков из них. Вызов - важный стимул для лидерства и обучения

№ 4
МИФ О
САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

Лидеры должны быть независимыми и никогда не выражать сомнений в своих способностях. Они никогда не должны нуждаться в поддержке и помощи

**ПРАВДА О
САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ:**

Лучшие лидеры знают, что в одиночку они не справятся. Они знают, что им нужна поддержка, участие и приверженность других

№ 5
МИФ
О ЕСТЕСТВЕННОСТИ

Лидерство приходит естественно к тем, кто лучше всех руководит, люди восхищаются теми, кто делает это легко и приписывают эту лёгкость естественным способностям

ПРАВДА О
ЕСТЕСТВЕННОСТИ:

Лучшие лидеры становятся лидерами, потому что они усердно трудятся и практикуются

**Основа развития кооператива -
сохранение пайщиков и
привлечение новых пайщиков**

**Привлечение новых пайщиков
означает продажу
услуг кооператива во всём их
многообразии**

Пять лидерских практик,
повышающих успех продаж

Доверие -
без этого не будет
продажи

Потенциальные пайщики определяют вашу надежность, наблюдая за вашим поведением.

Вы должны прояснить свои ценности и подать пример, продемонстрировав надёжность и соответствие: знание собственных ценностей и согласование с ними своих действий.

Покупатели предпочитают, когда продавцы моделируют их путь

Индивидуальные решения

Помогите вашим потенциальным пайщикам предвидеть будущее, привлекая их к общему видению и апеллируя к общим чаяниям. Видение, которое вы создаете вместе с ними, будет захватывающим и облагораживающим, побуждая людей действовать.

Покупатели предпочитают, когда продавцы вдохновляют общее видение

Продавцы-новаторы, умеющие распознавать ВОЗМОЖНОСТИ

Инновации и изменения предполагают поиск возможностей, экспериментирование и риск.

Создайте атмосферу, чтобы бросить вызов привычному мышлению. Ищите возможности учиться и расти.

Покупатели предпочитают, когда продавцы бросают вызов процессу

Двусторонний диалог и прямое участие в принятии решений

Стимулируйте сотрудничество, строя доверительные отношения и способствуя развитию отношений. Найдите способы привлечь каждого влиятельного человека и укрепить других, повышая самоопределение и развивая компетентность. Покупатели с большей вероятностью сделают всё возможное, если они будут чувствовать себя доверенными, информированными и уполномоченными.

Покупатели предпочитают, когда продавцы позволяют другим действовать

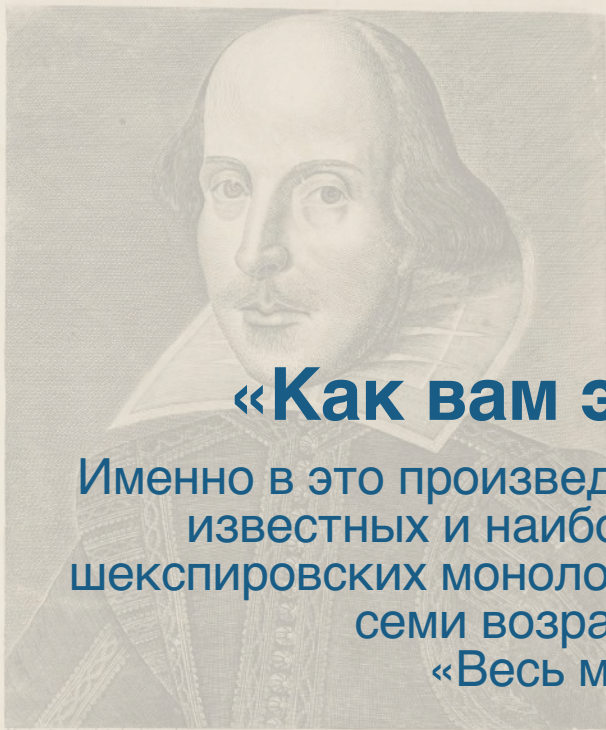
Значимые связи с продавцами

Признавайте вклад, выражая признательность за индивидуальное мастерство. Это относится к вашим потенциальным пайщикам, а также к вашей внутренней команде. И празднуйте победы. Они могут быть формальным или неформальными, индивидуальными или групповыми, простыми или грандиозными, но они позволяют людям чувствовать себя хорошо по поводу совместной работы.

Покупатели предпочитают, когда продавцы воодушевляют сердца

MR WILLIAM
SHAKESPEARES
COMEDIES,
HISTORIES, and
TRAGEDIES.

Published according to the true Originall Copies.
The second Impression.



«Как вам это понравится»

Именно в это произведение входит один из самых известных и наиболее часто цитируемых шекспировских монологов меланхоличного Жака о семи возрастах человека -

«Весь мир — театр»

WILLIAM SHAKESPEARE

AS YOU
LIKE IT

*A facsimile of
the First Folio text*

WITH AN INTRODUCTION BY
J. Dover Wilson, Litt.D.
AND A LIST OF MODERN READINGS

FABER & FABER

LONDON,

Printed by The Coler for Robert Allot and are to be fold at the face



У. МАЛРЕДИ. Семь возрастов человека. 1838

Весь мир - театр.

В нём женщины, мужчины - все актеры.
У них свои есть выходы, уходы,
И каждый не одну играет роль.
Семь действий в пьесе той. Сперва **младенец**,
Ревущий горько на руках у мамки...
Потом плаксивый **школьник** с книжной сумкой,
С лицом румяным, нехотя, улиткой
Ползущий в школу. А затем **любвник**,
Вздыхающий, как печь, с балладой грустной
В честь брови милой. А затем **солдат**,
Чья речь всегда проклятьями полна,
Обросший бородой, как леопард,
Ревнивый к чести, забияка в ссоре,
Готовый славу брэнную искать
Хоть в пушечном жерле. Затем **судья**
С брюшком округлым, где каплун запрятан,
Со строгим взором, стриженной бородкой,
Шаблонных правил и сентенций кладезь, -
Так он играет роль. Шестой же возраст -
Уж это будет тощий **Панталоне**,
В очках, в туфлях, у пояса - кошель,
В штанах, что с юности берег, широких
Для ног иссохших; мужественный голос
Сменяется опять дискантом детским:
Пищит, как флейта... А последний акт,
Конец всей этой странной, сложной пьесы -
Второе детство, полузабытье:
Без глаз, без чувств, без вкуса, без всего*

* Уильям Шекспир. Как вам это понравится
(пер. Т.Щепкина-Куперник, 1959)
Акт II, Сцена VII, Строка 139

СЕМЬ «ВОЗРАСТОВ» ЛИДЕРА



Младенец - недавний выпускник
Руководитель, которому необходим наставник, куратор



Школьник - лидер небольшого отдела
Должен учиться и применять знания, работать публично, ему по-прежнему нужен куратор



Любовник - лидер группы
Переживает по поводу своего успеха и своего соответствия карьере и организации



Бородатый солдат - лидер подразделения
Лидер с опытом, должен быть готов - даже стремиться - нанимать более талантливых, чем он сам



Генерал - стратегический лидер
Должен научиться не просто позволять людям говорить правду, но и слышать то, что они



Государственный деятель - лидер в создании политики организации
Работает над мудростью организации



Мудрец - старший директор
Принимает на себя роль наставника молодых руководителей



АССОЦИАЦИЯ КРЕДИТНЫХ СОЮЗОВ

Офис в Карелии:

185035, Республика Карелия, г.Петрозаводск, ул.
Куйбышева, д.16
+7 (911) 050-16-04
creditunion@mail.ru

Офис в Санкт-Петербурге:

199004, г. Санкт-Петербург, 2-я Линия В.О., д.25,
пом. 5Н
+7 (812) 406-92-72
www.gardarikacu.ru

*Презентация подготовлена специально для
XII Туристического Слёта Кредитных союзов
Карельский Берег - 2021*

Ученую степень магистра делового администрирования (MBA) получил в Vlerick Business School (Бельгия). В свою деятельность, не раз отмечавшуюся наградами, привносит 20-летний опыт руководства на высшем уровне управления фирмами, в одной из которых – успешно применил разработанную программу долгосрочных целевых накоплений. Известен в деловом сообществе как специалист в стратегическом управлении и разработке стратегий маркетинга.

Лауреат золотой медали «Личность Петербурга».



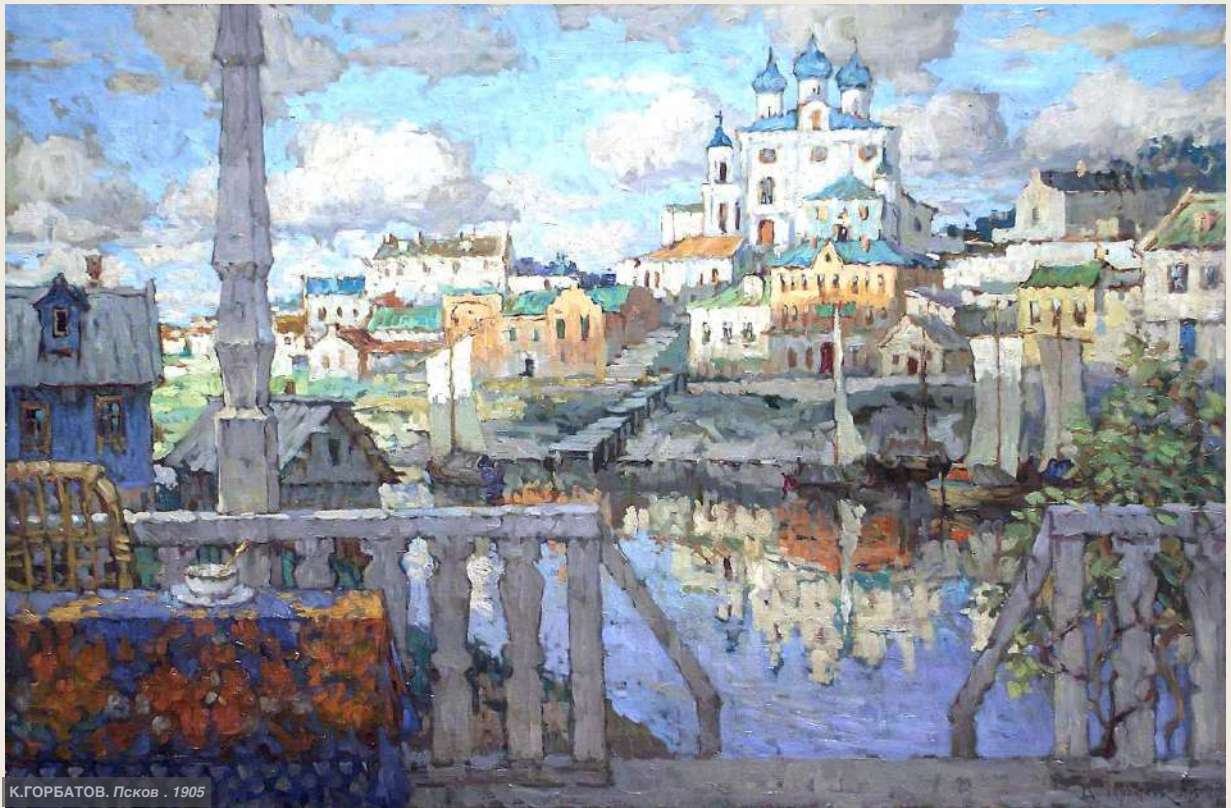
Юрий Гамеров

Член Совета Ассоциации
Гардарика
Председатель Совета
2017-2018



Елена Савченко

Степень магистра делового администрирования (MBA) Edinburgh Business School, Heriot-Watt University, ведущего британского университета, аккредитованного Королевской Хартией. С 2005 года заместитель директора кредитного потребительского кооператива (долгосрочные целевые накопления), обеспечивает надлежащий контроль соблюдения принципов экономии, результативности и эффективности.



К. ГОРБАТОВ. Псков . 1905

XII Туристический Слёт
Кредитных союзов



Карельский Берег - 2021
05-09 июля 2021