

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ КАК ЧАСТИ КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ СИСТЕМЫ БРОНИРОВАНИЯ ОТЕЛЕЙ BOOKIT.UA

Аннотация. Рассмотрены основные разделы Мастер-плана, а также составлены рекомендации по каждому из них для системы бронирования отелей Bookit.ua.

Анотація. Розглянуто основні розділи Мастер-плану, а також складено рекомендації по кожному з них для системи бронювання готелів Bookit.ua.

Annotation. The main sections of the Master Plan have been considered. Recommendations on each of them to the reservation system for hotels Bookit.ua have been made.

Ключевые слова: имидж организации, принципы и корпоративная философия организации, внутренний имидж, внешний имидж, Мастер-план.

**Положительный имидж так же трудно определить,
как красоту или высокое качество, но когда он есть,
Вы обязательно его ощущаете**

В современных условиях ведения бизнеса все большей актуальности набирает вопрос конкуренции брендов, имиджей компаний, а не только товаров, которые они выпускают. Имидж и репутация – самое ценное имущество компаний. Корпоративный имидж и репутация образуют первый и второй этажи структуры любого бизнеса, над которым достраивается все остальное. Внимание, которое уделяет фирма своему имиджу и своей репутации, является залогом ее успеха и процветания в будущем.

Для формирования могущественного имиджа, как личного, так и корпоративного, необходимо прикладывать большое количество усилий на протяжении всего времени функционирования компании. Одним из шагов на пути достижения данной цели является создание имиджеформирующей системы. И такая система укладывается в Мастер-план, который помогает компании построить прочный фундамент для формирования эффективного внутреннего и внешнего имиджа.

Составление Мастер-плана, например для системы онлайн-бронирования отелей Bookit.ua, которая является функциональным подразделением ООО "Компания Идея", и использование результатов работы в организации положительно отразятся на ее имидже и будут способствовать повышению привлекательности предлагаемых услуг Bookit.ua, а также лояльности клиентов.

Закладка фундамента при построении Мастер-плана – это главное, как и при строительстве дома. Основными составляющими фундамента являются принципы, положение о цели создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели компании и ее стандарты. Стандарты, в свою очередь, следует подразделять на стандарты поведения и стандарты одежды.

Фундамент обеспечивает создание, развитие и сохранение положительного имиджа компании.

Принципы – это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, верно формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к чему-либо.

Выгода – на час; принципы – на века.
Г. Бичер

Принципы Bookit.ua:

Принцип вежливости. "Ничего не обходится нам так дешево и не ценится так дорого, как вежливость" (М. Сервантес).

Принцип энтузиазма и трудолюбия. "Для человека с талантом и любовью к труду не существует преград" (Л. Бетховен).

Принцип приверженности и корпоративного духа. "Собраться вместе – это начало. Остаться вместе – это прогресс. Работать вместе – это успех" (Г. Форд).

Принцип самосовершенствования и развития. "Кто хочет сдвинуть мир, пусть сдвинет себя" (Сократ).

Принцип клиентоориентированности. "Зарплату платит не работодатель. Работодатель только управляет деньгами. Зарплату платит клиент" (Г. Форд).

Принцип профессионализма и взаимопомощи в работе. "Если вы владеете знанием, дайте другим зажечь от него свои светильники" (Т. Фуллер).

Принцип создания положительной репутации. "В союзе с общественным мнением можно сделать все, без него – ничего" (А. Линкольн).

Принцип справедливости вознаграждения. "Человек, сам заработавший свой хлеб, заработал и право

Принцип мотивации и интереса. *"Я никогда не говорю: мне нужно, чтоб вы это сделали. Я говорю: мне интересно, сумеете ли вы это сделать"* (Г.Форд).

Прописывая принципы, на которые должны опираться сотрудники компании "от верха до низа", правильно ориентируя их на выполнение поставленных задач в соответствии с этими принципами, руководство компании надеется на то, что, приняв и следуя этим принципам, сотрудники будут корреспондировать свои действия и поступки с ними.

Положение о цели создания компании определяет обязанности сотрудников компании и ориентирует на выполнение обещанных услуг. Положение о цели создания – это внутренняя движущая сила компании.

Цель создания ООО "Компания Идея" – оказание туристических услуг в Интернете и развитие направления онлайн-бронирования гостиниц, так как на туристическом рынке СНГ данная услуга не развита, компания надеется занять эту нишу и стать лидером в предоставлении туристических услуг на рынке.

"Для бронирования гостиницы в любой точке Украины в кратчайшие сроки и по приемлемой для клиента цене остался один телефонный звонок в Bookit.ua".

Корпоративная философия, основываясь на принципах и целях создания компании, включает в себя основные и самые главные ценности Bookit.ua, которые затем должны превратиться в личную миссию компании.

- *Мы ценим наших клиентов.*
- *Мы верны нашим принципам.*
- *Мы гарантируем конфиденциальность.*
- *Мы постоянно расширяем базу отелей Украины.*
- *Мы гарантируем качество услуг и безопасность платежей.*
- *Мы обрабатываем заказы клиентов в кратчайшие сроки.*
- *Мы осуществляем бронирование бесплатно.*

Долгосрочные цели компании следует составлять для того, чтобы было понятно, куда движется компания и чего необходимо достичь. Долгосрочные цели Bookit.ua:

- *Удерживать лидирующие позиции на рынке бронирования отелей Украины.*
- *Освоить рынки бронирования отелей других стран СНГ.*
- *Расширить штат сотрудников и предоставлять им комфортные условия труда и высокую заработную плату. Повышать квалифицированность персонала путем обучения и тренингов.*
- *Максимизировать экономическую эффективность деятельности системы бронирования отелей Bookit.ua.*

Корпоративные стандарты – это принципы и правила, регулирующие деятельность компании, и нормативные документы, закрепляющие эти правила.

Основное требование к внешнему виду сотрудников – это опрятность, естественность и чистота. Работа компании выстроена таким образом, что офис компании не посещают клиенты и партнеры, и согласно современным тенденциям европейских стран сотрудникам можно не соблюдать деловой стиль одежды, а придерживаться демократического.

"Одежда должна смотреться легко, непринужденно, естественно" (Жиль Зандер).

Основное требование к поведению сотрудников – соответствие общепринятым нормам морали и поведения в обществе, а также заложенным в данном Мастер-плане принципам и нормам.

Закладка фундамента – это первый шаг в формировании как Мастер-плана, так и всей имиджеформирующей системы. Второй шаг – это формирование внешнего имиджа компании. Формированию внешнего имиджа все самодостаточные руководители эффективно действующих организаций на сегодняшний день уделяют очень большое внимание, безусловно осознавая, что имиджеформирующая система даст о себе знать не сразу. Ведь каждый разумный и эффективный руководитель понимает, что сначала он работает на репутацию и имидж, а уж затем они будут работать на него. В Мастер-плане этот раздел базируется на следующих элементах: осязаемый имидж, качество продукта, реклама, общественная деятельность, связи со СМИ, связи с инвесторами, отношение персонала к работе.

Владельцем системы бронирования отелей Bookit.ua является ООО "Компания Идея". Данной компании также принадлежит самый большой украинский портал о путешествиях и туризме "Незабаром", что имеет большое влияние на формирование положительного внешнего имиджа Bookit.ua.

Осязаемый имидж создается из восприятия бизнеса заказчиком (партнером) при помощи его пяти чувств. Название фирмы и ее лозунг – самые заметные элементы в имиджеформирующей системе. Bookit.ua – бронировать "it" – и адрес сайта www.bookit.com.ua являются легкозапоминаемыми.

Логотип Bookit.ua. Сочетание красного и белого цветов используется в логотипах многих известных компаний "Кока-кола", "МТС", "Левайс", "Мальборо", "Ютуб", "Лего" и др. Красный и белый – энергичное сочетание цветов. Белый – чистота, красный – активность. Использование в логотипе замочка и ключика символизирует надежность и постоянство.

Лозунг компании – "Первая национальная система онлайн-бронирования отелей". Следует отметить, что слово "первая" отражает как момент выхода на рынок туристических услуг в Украине, так и позицию относительно конкурентов.

В деятельности компании качеству продукта, будь то товар или услуга, следует уделять большое внимание, так как оно имеет значительное влияние на приверженность клиентов. Продуктом Bookit.ua является услуга по онлайн-бронированию отелей Украины, которая включает консультирование туристов, подбор номеров в гостиницах, формирование туров.

Условиями функционирования системы бронирования обусловлена и реклама в Интернете – основной вид для Bookit.ua. Отлаженная имиджеформирующую систему, компания Bookit.ua нацелена не на прямую рекламу, а на использование ВТЛ-технологий, которые являются элементом долгосрочной стратегии ее развития. Необходимо налаживать отношения с работниками СМИ, так как в противном случае реклама, которую обеспечивают журналисты, может нанести вред компании.

Внутренний, корпоративный имидж компании в глазах ее сотрудников – это атмосфера внутри компании, отношение сотрудников к руководителям и политике компании. А преданность сотрудников своей фирме и энтузиазм – это сердцевина внутреннего имиджа. В Мастер-плане внутренний имидж основывается на таких элементах, как: кадровая политика компании, ориентация и тренинг сотрудников, программы поощрения сотрудников, финансовое планирование имиджа.

Кадровая политика – это совокупность правил и норм, целей и представлений, которые определяют направление и содержание работы с персоналом.

"Нет смысла нанимать толковых людей, а затем указывать, что им делать. Мы нанимаем людей, чтобы они говорили, что делать нам" (Стив Джобс).

Воспитание собственных профессионалов и талантливых специалистов, реализация их способностей и постоянное повышение квалификации являются приоритетом кадровой политики Bookit.ua.

Ориентация сотрудников необходима для того, чтобы они понимали, в чем заключается цель их работы, зачем они необходимы компании и что они помогают компании достичь. Работа по ориентации сотрудников усиливает их эмоциональную связь с компанией.

Рекомендуемые элементы программы поощрения сотрудников:

- участие в корпоративных праздниках, проводимых организацией;
- подарки от компании в день рождения сотрудников;
- пользование стоянкой для автомобилей;
- возможность получения скидки в отелях-партнерах;
- содействие сотрудникам при кредитовании в банке.

Внутренний имидж так же, как и внешний влияет на восприятие компании обществом. Именно сотрудники фирмы представляют ее, создают важнейшую эмоциональную связь компании с клиентами, на основании которой формируется неосязаемый имидж.

Неосязаемый имидж – это ответная реакция на осязаемое.

Существует три уровня эмоциональных связей с клиентом: вежливость, умение поблагодарить партнера (клиента), умение затронуть самую чувствительную струну клиента. Эти три уровня закреплены в принципах компании, которые прививаются сотрудникам и должны неоспоримо соблюдаться.

Вежливость не просто привить, а потому следует при приеме на работу обращать внимание на то, насколько вежлив кандидат.

Следующая составляющая – это умение благодарить. В Bookit.ua это проявляется в конечной фразе работника колл-центра: "Спасибо большое за звонок, имя клиента, если возникнут вопросы – обращайтесь, всего доброго, до свидания". Также после подтверждения заказа клиент получает письмо с благодарностью на электронную почту (в этом письме указывается уникальный код, который позволяет получить дополнительную скидку при повторном обращении в Bookit.ua).

Затронуть самую чувствительную струну клиента удастся только в том случае, если сотрудник искренне хочет помочь, если он не воспринимает свою работу как рутину и не ведет себя "по шаблону". Такое отношение к себе нужно развивать.

В книге Стивена Р. Кови "Семь навыков высокоэффективных людей" замечательно изложены установки, которые позволяют стать эффективным и незаменимым сотрудником:

Будьте проактивны (не будьте рабом обстоятельств, творите свою судьбу).

Начинайте, представляя конечную цель.

Сначала делайте то, что необходимо делать сначала (важные дела делайте в первую очередь).

Думайте в духе "выиграл/выиграл" (стремитесь к взаимовыгодности).

Сначала стремитесь понять, потом — быть понятым.

Достигайте синергии (стремитесь к творческому взаимодействию).

Затачивайте пилу (постоянно совершенствуйтесь).

Таким образом, проведенная работа по составлению Мастер-плана для системы бронирования отелей Bookit.ua является еще одним шагом на пути к формированию положительного имиджа компании.

В разделе "Закладка фундамента" были сформулированы принципы, основные положения о цели создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели фирмы и стандарты внешнего вида и поведения сотрудников. Всем сотрудникам необходимо придерживаться данных ключевых ценностей и правил.

В разделах "Внешний имидж", "Внутренний имидж" и "Неосязаемый имидж" автором работы были сформированы мероприятия по совершенствованию имиджевой составляющей процесса работы фирмы, ее персонала и компании в целом.

Кто усовершенствовался, тот не может верить тому, чтобы это усовершенствование кончилось.

Л. Н. Толстой

Научн. рук. Седова Л. Н.

Литература: 1. Стивен Р. Кови. 7 навыков высокоэффективных семей / Стивен Р. Кови. – М. : Попурри, 2009. – 432 с. 2. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Изд. "Питер", 2000. – 224 с. 3. Методические рекомендации по самостоятельному изучению раздела 2 курса "Этика делового общения" для студентов всех специальностей всех форм обучения / сост. Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 152 с. 4. Седова Л. Н. Могущество имиджа: учебн. пособие. Ч. 2 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с.