

Сегодня трудно представить себе ведение серьезного бизнеса без интернета. Так же, как и полную замену живого общения в деловой сфере виртуальными бизнес-контактами. Умелое использование преимуществ, гарантированных интернет-связью, и возможностей непосредственного общения с клиентом и партнером, поможет достичь успеха.



**Светлана  
Логвинова,**

директор по развитию  
агентства домашнего  
персонала «Арина»

## Не сетью ЕДИНОЙ

**П**ророчество Билла Гейтса, сделанное в 1999 году, гласит: «В будущем на рынке останутся два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса», и, как видим, ситуация развивается именно в этом направлении. Прошли те времена, когда, чтобы приобрести товар или получить услугу, мы вынуждены были тратить время, во-первых, на утомительный поиск того, кто этот товар или услугу готов предоставить, а во-вторых, на получение информации о том, есть ли желаемое в наличии, сколько стоит, как доехать до магазина или офиса. Сегодня первая проблема решается вбиванием запроса в строку интернет-поисковика, а вторая кликом по адресам интернет-ресурсов из оперативно предложенного к просмотру списка поставщиков товаров и услуг, при этом останавливаясь на нескольких вариантах из множества имеющихся помогут рекомендации и отзывы благодарных и неудовлетворенных клиентов.

При создании нашего агентства одним из первых мы решили вопрос с разработкой и запуском собственного сайта. Мы понимали, что именно этот ресурс станет лицом компании, ведь современный деловой человек уже привык получать первичную информацию по тому или иному интересующему его вопросу из интернета. Конечно, новый тренажер или канцелярские товары можно заказать в сети, личные контакты с сотрудником компании-поставщика сводятся в этом случае к процессу получения заказа, но в некоторых видах бизнеса просто не обойтись без живого личного общения с клиентом. Агентство по подбору домашнего персонала ищет работников, которым предстоит проводить немалое

время в доме работодателей, общаться с их близкими, а все, что связано с домом, рождает стойкие ассоциации — надежность, тепло, комфорт, спокойствие. Цейтнот, в котором мы привыкли существовать в деловой среде, совсем не хочется тащить за собой в дом.

Чтобы соответствовать ожиданиям людей, с которыми мы сотрудничаем, мы должны своими глазами видеть, со всеми нюансами слышать, абсолютно понимать и, конечно, чувствовать, что могут и хотят предложить друг другу работодатель и работник, насколько они психологически совместимы. Только анкетными данными, пусть и очень подробными, в нашем деле не обойдешься, личная встреча дает массу важной информации. К сожалению, времени на такие непосредственные контакты у тех, кто к нам обращается, часто бывает катастрофически мало, поэтому, чтобы компания сохранила и укрепила свои позиции на рынке, мы стремимся оттачивать мастерство общения с клиентом, быстро и точно выявлять его потребности.

Недавно услышала в словах одного весьма успешного бизнесмена ностальгические нотки по поводу того, что техника, которой, конечно, большое спасибо, все настойчивее заменяет в нашей жизни что-то важное, человеческое, без чего жизнь теряет естественные, теплые краски: тесто месит машины, и в нем уже нет души, суперскоростные авто и поезда мчат нас по жизни, и мы не различаем картинки за окном — слишком быстро, родные и друзья улыбаются нам в веб-камеру, и мы не можем почувствовать, как неровно бьется сердце матери.

«Единственная настоящая роскошь — это роскошь человеческого общения», — писал Антуан де Сент-Экзюпери. Чем дальше, тем очевиднее. ♦