

İŞİMİZ ZAMAN SATMAK 3

(MÜDÜR FİYATINA ANKETÖR)

Benim çalışma masam her zaman kağıt ve dosya yığınları ile kaplı olmuştur. Neredeyse çalışma hayatımın ilk yıllarından beri “temiz masa” prensibini uygulayamamışumdur. Bu dağınıklığın kendi içinde bir mantığı vardır. Ben aradığım dosyayı veya belgeyi hemen bulduğum için karışıklıktan rahatsız olmam.

Zaman zaman sekreterler masamı düzeltmeye niyetlenirler. Onlara kesin bir tavırla karşı koyarım. Temizlikçilerin masayı silmek veya tozunu almak için kağıtları bir araya toplamaları, aradıklarımı bulamamama neden olur. Her akşam çıkarken

**LÜTFEN
BU MASAYA
DOKUNMAYIN**

yazılı büyükçe bir kağıdı masanın üzerine sermişimdir.

Sözünü edeceğim konuşma, yaklaşık 17 – 18 yıl önce meydana gelmişti. Masamın tozunun alınmaması nedeniyle bir süre sonra, bankacılık üniformalarından olan beyaz gömleklerin bilek çevresi hemen kirlenmeye başladı.

Bir gün masamı toplayıp tozunu almaya karar verdim. Önce her dokümanı ait olduğu projeye göre dosyalara koydum. Dosyalara “içindekiler” sayfası yaptım. Dosya ve belgelerle işim bitince de, el silme kağıtlarını biraz sabunlayarak masamı silmeye başladım.

Tam bu sırada patronum İsmail Yalçınkaya geldi. Sordu “Ne yapıyorsun?” diye... Durumu kısaca anlatmaya çalıştım. “Çağır birini, masanı temizlesin. Sen masa silmek için çok pahalısın. Şurada dışarıya bakarken iş ile ilgili bir şeyler düşünsen bile daha iyi olur!” dedi.

Beynimin derinliklerinde sakladığım bu gurur verici anı nereden aklıma geldi diye sorarsanız... Okuldaki öğrencilerime “müşteri sadakatini ne bir kart sağlar, ne de bir ödül programı... Bunlara odaklanmayın. Müşteri gözetildiğini, farklı konumlandırıldığını hissederse sadık olur” diyen biri olmama rağmen, insanların cebindeki kart sayısını artıran bir projeyi yönetmişim. 2 hafta önce yeni bir sadakat kartı çıkardık.

Lansman sonrasındaki günler, “Oh” diyebileceğiniz ve artık yeni bir projeyi hayata geçirdiğiniz için kendinizi “başarmış” hissedebileceğiniz günler değildir. Aksine saha ekibi, kendilerine sürekli baskı yapıldığında, olumlu konuları vurgulamaktan çok, küçük hataları bile abartarak öne çıkarma eğilimindedir. Şu dükkana yeterli sayıda kart ulaşmamıştır. Bu dükkandaki makine arızalanmıştır. Şuradaki mağaza görevlisi yeterli eğitim almadığından kartı iyi anlatamıyordur.

Genelde yöneticiler de “peki bunu anladık ama kart giden dükkanlarda kaç tane teslim ettiniz? Teslim ettiklerinizin ne kadarı alışverişe döndü? Bu noktalarda müşteri memnuniyeti arttı mı? Hazır mağazayı denetlemeye gitmişken, eksikliklere odaklanmak yerine, oradaki motivasyonu artırıp satışları düzelttiniz mi? Eğitim Bölümü’nün eğitemediği mağaza görevlilerini siz eğittiniz mi? Herkese müşteri ile temas ve kart satışı konusunda örnek oldunuz mu?” diye sormaz.

Şikayetlerin havada uçuştuğu dönemdeydik. Üstelik rekabet baskısıyla, planlanan tarihten daha önce lansman yapmak zorunda kalmıştık ve sahada gerçekten yeterince test edilmemiş bir program çalışıyordu. Dolayısıyla sahadaki personelin şikayet etmek için yeterinden çok gerekçesi vardı ve proje ekibi, geç saatlere kadar iki kulakta iki telefon ile sorunları anlamaya ve çözmeye çalışıyordu.

İşte bu dönemde patronumuz hepimizin “sırça köşklerimizde terk etmemiz, ayaklarımızı yere basmamız ve müşterilere daha yakın olmamız” için 3 – 4 gün boyunca sahaya çıkmamızı ve istasyonlarda kart satmamızı şart koştu.

Projenin kuramsal tasarımını ve çerçevesini oluşturan kişi olarak “Bu yoğun ortamda, genel müdürlük binasının stresli ortamında bulunmak yerine istasyonlarda kart satmak bana tatil gibi gelir” diye düşündüm. Okuldan yeni mezun olduğum sene, artık ailem üniversiteden mezun olan oğluna para vermediğinden, geçinmek için anketörlük de yapmıştım. İşten ötürü hiç yüksünmedim.

17 – 18 yıl önce yaşadığım “Sen masa silmek için çok pahalısın.” konuşmasını hatırladım.

“Eğer patron benim firmaya bu şekilde daha çok verim sağlayacağımı düşünüyorsa, para onun parası, zamanım da ona kiralanmış durumda... Keyfi bilir...” dedim.

2 ŞUBAT 2008