

Клиент, ты уволен!



**Анастасия Комарова,
директор
«Умного Рекламного Агентства»**

В далеком 2008 году я читала блог Парабеллума, заметку о том, что «иногда и клиентов нужно увольнять» и думала: «какой кошмар! Я никогда бы не стала так делать. Это же такой риск для репутации. И вообще, когда у меня будет свой бизнес, я буду работать только с порядочными, адекватными людьми!»... Ах, мечты, мечты...

Свой бизнес у меня появился в 2009. Мечты рассыпались быстро. Я узнала, что люди бывают разными: добрыми и злыми, хорошими и плохими, честными и не очень, но все они не обделены чувством здорового человеческого эгоизма. Что логично, иначе бы работали у кого-то в штате, и не были бы бизнес-менами и бизнес-вуменами. И все равно я держалась молодцом, держала себя в ру-

ках, и старалась со всеми быть доброй и хорошей. Иногда не получалось, но я всегда до последнего старалась сохранить клиента клиентом, и как следствие, всегда оставалась проигравшей стороной. Клиенты недоплачивали или вовсе не оплачивали проекты, пропадали из виду, оборвав все способы связи. И вот, предел моей наивности и доверчивости был

определен.

В конце лета мне позвонила давняя знакомая: «Насть, открываю салон, акции на разных купонаторах уже запущены, срочно нужен сайт, а все мои web-разработчики, как сквозь землю... поможешь?». Разработкой сайтов мы занимаемся (в 2011 мы перешли от узкой специализации на BTL к «полному циклу»), почему бы и не

«Свой бизнес у меня появился в 2009. Мечты рассыпались быстро».

помочь.

- «Давай я завтра подъеду, заполним бриф, сформируем тех. задание...»

- «Понимаешь, мне нужно, чтобы послезавтра он уже работал... ты сделай как-нибудь, простенько, главное чтобы работал, очень срочно надо...»

- «Ну ладно, хорошо, сделаем».

...Именно в этот момент я совершила роковую ошибку...

На все последующие вопросы по поводу интерфейса, контента и наполнения я получала односложные ответы: «ну посмотри как у конкурентов», «ну скачай в Яндекс», «ну скопируй у кого-нибудь» и т.д.

Я нервничала, бесилась, но внешне старалась сохранять спокойствие и оставаться вежливой. Рассудительно рассказывала о законах, об авторском праве, о необходимом уникальном контенте и правилах качественного рерайта.

«Послезавтра» сайт был запущен. Я готовила к выставлению счет. Зря.

На каждое мое напоминание об оплате «знакомая» находила тысячу причин и поводов: «мне



Источник картинки: printweek.ru

не очень нравятся цвета...», «а еще не нравится вот там и вот то...», «а может быть, вообще переделаешь дизайн, как-нибудь по-другому? Мне кажется, как-то слишком просто...не солидно как-то».

«-Хорошо. Давай заполним с тобой брифы, составим тех. задание и я разработаю четко то,

что ты хочешь?»

- Откуда я знаю, чего я хочу? Это твоя работа угадать чего я хочу и сделать так, чтобы мне понравилось!»

На этом мои нервные клетки объявили забастовку и пригрозили массовым суицидом. Гордость присоединилась. Я начала объяснять, что так ни одно уважающее себя агентство не работает, и я, в первую очередь. Вместо достойного ответа в трубке послышались гудки. Перезванивать и доказывать свою точку зрения? Оставить все как есть, и перестать звонить по поводу оплаты? Еще двадцать раз переделать дизайн страницы «наобум» в надежде, что один из них «понравится»?

Я ответила официальным письмом на электронную по-

«Перезванивать и доказывать свою точку зрения? Оставить все как есть, и перестать звонить по поводу оплаты?»

что:

«РА «Умное Рекламное Агентство» работает по следующей схеме:

1. Встреча с клиентом и выполнение брифа.

2. Подписание договора и составление тех. задания на оказание услуги (в данном случае на разработку сайта).

3. Выставление счета для оплаты по безналичному расчету.

4. Разработка сайта четко по составленному и утвержденному с клиентом тех. заданию.

5. Подписание акта выполнения работ.

РА «Умное Рекламное Агентство» не оказывает следующих услуг:

1. «ну стырь у них там тексты, только чуть поменяй...»

2. «ну напиши сама или скопируй где-нибудь...»

3. «ну и картинки у них сопри или в Яндексe что-нибудь отрой...»

4. «ну сделай сайт как-нибудь, простенький, мне главное, чтобы он завтра уже работал...»

5. «ну да, вчера главное было, чтоб заработал, а сегодня то нам нужен солидный, как наш салон.»

6. «что значит объяснить, что я хочу? а я не знаю что я хочу, это вообще то твоя работа сделать сайт чтоб мне он понравился!»

С данного момента никаких работ «по дружеской схеме», «наобум», «наугад» и по схеме «ну раз срочно, сейчас сделаю, а потом разберемся и 200 раз докорректируем» производиться не будет.

Со всеми работаю в одном



порядке по официальной схеме и никак иначе.

P.S. Все вопросы по почте и телефону принимаются.

P.P.S. Если мои условия совсем «не комильфо» Яндекс и Гугл кишат моими конкурентами».

И вывесила на стартовую страницу, разработанного сайта, красивую, солидную (не придерешься) надпись: САЙТ ОТКЛЮЧЕН.

Звонки начались к середине следующего дня. Сначала с угрозами. Потом с мольбами: «Ну выведи что угодно хотя бы на денек», «Ну дай хотя бы пароли от хостинга/домена». Пароли были отданы вместе со счетом, так что моя совесть была чиста

и без того, но я все-таки выслала письмо со всеми паролями и удалила их из своих баз.

Жалею ли я о потерянном клиенте? Нет. На его место, спустя неделю уже пришли трое новых, а времени потраченного на него, хватило бы минимум на десятерых.

Как ни странно, свои выгоды, есть в каждой ситуации, какой бы она не была. Главная выгода – это опыт.

Теперь мы работаем только по установленным правилам и принципам. Это дает гарантию добросовестного исполнения обязательств нам, и нашим порядочным и адекватным клиентам. А другие нас не интересуют.

«И вывесила на стартовую страницу, разработанного сайта, красивую, солидную (не придерешься) надпись: САЙТ ОТКЛЮЧЕН. Звонки начались к середине следующего дня.»
